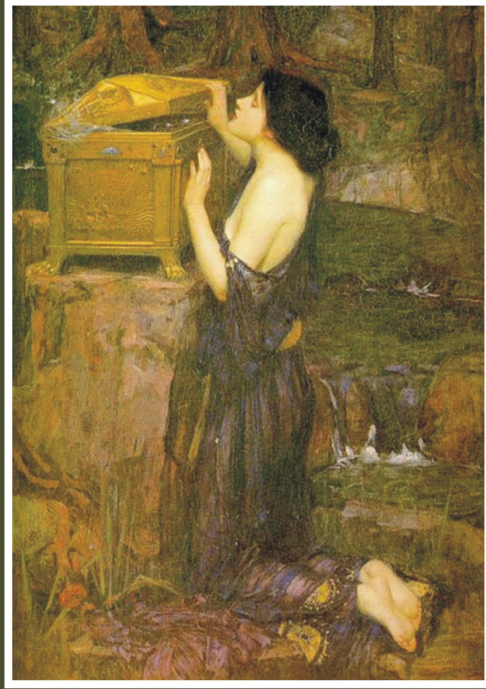


Pandora Könyvek 40.



Istók Béla

INTERNETES FUTBALLNYELVHASZNÁLAT

Közösség, mémek, szóalkotás

Eger, 2018

Istók Béla

Internetes futballnyelvhasználat

Közösség, mémek, szóalkotás

Pandora Könyvek

40. kötet

Istók Béla

Internetes futballnyelvhasználat

Közösség, mémek, szóalkotás

Sorozatszerkesztő:

Dr. Pintér Márta Zsuzsanna

Az előző megjelent kötetek:

Tarnóc András:
ERŐSZAK ÉS MEGVÁLTÁS
Az indián fogságnapló
mint az amerikai eredetmítosz sarokköve
(37. kötet)

Lőrincz Gábor:
NYELVI VARIATIVITÁS A SZLOVÁKIAI MAGYAR
NYELVVÁLTOZATOKBAN
(38. kötet)

Zimányi Árpád:
NYELVVÁLTOZÁSUNK
MŰVELŐDÉSTÖRTÉNETI VONATKOZÁSAIBÓL
(39. kötet)

Istók Béla

Internetes futballnyelvhasználat

Közösség, mémek, szóalkotás



Eger, 2018

Recenzensek:

Dr. habil. Misad Katalin

egyetemi docens

Dr. Zimányi Árpád

a nyelvtudomány kandidátusa,
főiskolai tanár

A borítón

John William Waterhouse: *Pandora* (1896)
című festményének részlete látható

ISSN 1787-9671

ISBN 978-615-5621-93-2

A kiadásért felelős

az Eszterházy Károly Egyetem rektora

Megjelent az EKE Líceum Kiadó gondozásában

Kiadóvezető: Nagy Andor

Felelős szerkesztő: Zimányi Árpád

Műszaki szerkesztő: Nagy Sándorné

Borítóterv: Kormos Ágnes

Megjelent: 2018-ban

Példányszám: 100

Készítette: az Eszterházy Károly Egyetem nyomdája

Felelős vezető: Kérészy László

Tartalom

Előszó	9
1. Az internetes futballközösség mint gyakorlóközösség.....	11
1.1. A CMC-től a CMD-ig: virtuális közösség, beszélőközösség vagy gyakorlóközösség?	11
1.2. A kutatás módszertani kerete.....	12
1.2.1. A kutatás tárgya.....	12
1.2.2. Célok és hipotézisek	13
1.2.3. A kérdőív összeállításának nehézségei és módszertani megfontolásai	14
1.3. Szociológiai adatok	16
1.4. Az internetes és a nem internetes médiumok mint a futballtartalmak forrásai	18
1.5. Az internetes futballközösség mint gyakorlóközösség.....	21
1.5.1. Létezik-e online futballközösség?	21
1.5.2. A fotszurkolók szerepkörei (terminológiai áttekintés)	21
1.5.3. Közösségjelölő- és megkülönböztető ismérvek	23
1.5.4. Közösségformáló tevékenységek	25
1.5.5. Passzív (láthatatlan) jelenlét.....	26
1.5.5.1. Futballtartalmak olvasása különböző Facebook-felületeken....	26
1.5.5.2. A kommentek hossza és az olvasás összefüggése	26
1.5.5.3. A figyelemfelkeltő címek és az olvasás összefüggése	27
1.5.5.4. A vizualitás és az olvasás összefüggése	30
1.5.6. Aktív (látható) jelenlét.....	32
1.5.6.1. Futballtartalmak közzététele, megosztása és kommentelése	32
1.5.6.2. A kommentelés pragmatikai okai, szempontjai (véleménydömping).....	35
1.5.6.3. Trollkodás és konfliktusok generálása	39
1.5.6.4. Érvelés (helyesírás, stílus).....	40
1.5.6.5. Szópárbajt kiváltó szavazások (a reakciógombok aktuális jelentése).....	42
1.5.7. Kommentelés és nyelvhasználat.....	43
1.5.7.1. „Minimalizálók” használata	43
1.5.7.2. „Hatáskeltők” használata.....	46
1.5.7.3. Angol nyelvi hatás.....	47
1.6. Eredmények, következtetések	51
2. A szóalkotási módok trichotomikus modellje	53
2.1. Hipotézisek	53

2.2. A ritkább szóalkotási módok kérdése a magyar nyelvű összefoglaló nyelvtanokban	54
2.3. Netologizmusok – megnevezők, hatáskeltők, minimalizálók?	56
2.4. A ritkább szóalkotási módok kérdése napjainkban	57
2.5. Gyakori, ritka vagy „gyakoritka”?	59
3. Az internetes futballnyelvhasználat szóalkotásai	61
3.1. Módszertani keret.....	61
3.1.1. Célok	61
3.1.2. Hipotézis	61
3.1.3. Módszerek	62
3.2. Internetes futballszleng	63
3.3. A ne(t)ologizmusok definiálása és osztályozása	68
3.4. A minimalizálók formai és jelentésbeli sajátosságai.....	72
3.4.1. Szórővidítés.....	72
3.4.2. Jelentéstapadás	75
3.4.3. Mozaikszó-alkotás.....	78
3.5. A hatáskeltők formai és jelentésbeli sajátosságai.....	81
3.5.1. Szándékos szóferdítés/Szóértelmesítés	81
3.5.2. Szóvegyítés/szándékos szóferdítés.....	84
3.5.2.1 A lexikai blendek (szóvegyülések) formai szempontú elemzése	84
3.5.2.2. A lexikai blendek (szóvegyülések) szemantikai jellemzői.....	91
3.5.3. Szóhatár-eltolódás	97
3.6. Eredmények, következtetések	98
4. Az internetes mémek definiálásának és osztályozásának lehetőségei.....	100
4.1. Az internetes mémek kutatása a magyar szakirodalomban.....	101
4.2. Az internetes mémek kutatásáról általánosan: megbélyegzés és lehetőségek	102
4.2.1. Divat és hétköznapi	102
4.2.2. Reklám és marketing.....	102
4.2.3. Élmény és oktatás.....	103
4.3. A mém fogalma, a memetika kialakulása	103
4.4. Az internetes mémekről általánosan	104
4.5. A(z internetes) mém kifejezés hétköznapi jelentése	105
4.6. Az internetes mémek leírásának elmélete (IMLE).....	108
4.7. A mémek mint beszédaktusok.....	115
4.8. A humor típusa.....	120
4.9. Mintaelemzések.....	121
4.9.1. Egy kép mint poszt.....	121
4.9.2. Egy szöveg mint komment.....	123

5. A humoros mémek pragmatikai, szemantikai és grammatikai jellemzői	125
5.1. Elméleti keret (a pragmatika mint esernyő)	125
5.2. Anyag és módszer	126
5.2.1. A vizsgálat módszertana és szempontjai	126
5.2.2. Célok és hipotézisek	126
5.2.3. A Trollfoci	127
5.2.4. A szereplők (tematikus kontextus, SzÁ)	127
5.3. Humorforrás	128
5.3.1. Szemantikai alapú humorforrás	129
5.3.2. Pragmatikai alapú humorforrás	134
5.3.2.1. Irónia (eltérő jelentés)	138
5.3.2.2. Hiperbola (túlzás)	139
5.3.2.3. Immutáció (helyettesítés)	140
5.3.3. Grammatikai alapú humorforrás.....	143
Összegzés	147
Felhasznált irodalom	149
Névmutató	169
Tárgymutató	172

Előszó

„Pofára esett, mint a zsíros kenyér” – mondta Böde Dániel, a magyar labdarúgó válogatott csatára a Nemzeti Sport riporterének, miután megkérdezték tőle, hogy miért vágta földhöz a norvég csapat egyik hátvédjét. Az olvasó, aki garantáltan nem fog pofára esni e kötet elolvasása után, éppen egy futballról és nyelvészetről szóló művet tart a kezében. Egy olyan alkotást, amely kiválóan ötvözi e két, egymással látszólag össze nem illő területet, és a maga kutatási módszereivel alaposan körüljárja a facebookos futballközössége(ke)t.

Ha a fentebb említett eseményhez bármikor és bárhol hasonlóan vicces vagy kínos jelenet játszódik le, előtörnek a semmiből a kreatív futballmémgyárosok, a közösségi aktivitás az egekbe szökik, a Facebook pedig „felrobban”. Így válhat memmé egy mozdulatsor, egy aranyköpés, vagy terjedhetnek el poénos szójátékok egy klubcsapat „állandó” helyezéséről.

De vajon meg lehet-e találni a Böde-féle klasszikus jelenetben is a tudományt? Vajon van-e relevanciája egy ilyen jellegű kutatásnak? Vajon a vicces mémek részeivé válhatnak-e a nyelvészet immunrendszerének?

Ez a főként futballról, annak egy speciális közösségéről, az internetes futballkultúráról szóló kötet – amellet, hogy megválaszolja a feltett kérdéseinket – egy tökéletesen kivitelezett, izgalmas vállalkozás. Istók Béla munkája egyrészt azért tekinthető kiemelkedő alkotásnak, mert példaértékű észrevételeket fogalmaz meg, és körültekintő szakirodalmi bázist alkalmaz, másrészt azért is, mert felülnézetből, tudományos-nyelvészeti módszerekkel vizsgálja az elsőre talán tudománytalannak, megközelíthetetlennek tűnő futballtartalmakat. A szerző ezt rendkívül meggyőzően, szabatosan, stilizáltan és különböző, az érvrendszereit alátámasztó táblázatok és képek segítségével teszi. A könyv egy kifogástalan olvasási élmény: nyelvészeknek és futballrajongóknak egyaránt.

Komárom, 2018. május 31.

Plonický Tamás
publicista, futballrajongó

1. Az internetes futballközösség mint gyakorlóközösség

1.1. A CMC-től a CMD-ig: virtuális közösség, beszélőközösség vagy gyakorlóközösség?

Ma már egyre több nyelvész utasítja el a digitális kommunikáció általános nyelvi jellemzését, és helyette a különböző digitális műfajok, diskurzusok vagy témák alapján elkülönülő nyelvváltozatok vizsgálatát javasolja (vö. Schlobinski 2001; Dürscheid 2003; Herring 2004; Márku 2015). Bizonyosnak tűnik tehát, hogy a CMC¹-kutatások helyét hamarosan a CMD²-elemzések vehetik át. Márku Anita erről a következőképp ír: „Egyre több kutatás indul szociolingvisztika és a diskurzuselemzés perspektívájából, amelynek célja, hogy »demitologizálják« a CMC állítólagos homogenitását, és kiemeljék az internetes nyelvhasználat társadalmi sokszínűségét, áthelyezve a hangsúlyt az általános leírásokról a különböző csoportok (gyakorlóközösségek) nyelvi gyakorlatának több szempontú feltérképezésére” (Márku 2015: 76–77). Márku (i. m. 77–80) az internetes csoportok megnevezésére három terminust javasol: Herring (2004) nyomán virtuális közösségről, Labov (1972) terminusát kölcsönözve beszélőközösségről, Lave és Wenger (1991) munkájára hivatkozva pedig gyakorlóközösségről beszél.

Susan C. Herring a virtuális közösség (ang. *virtual community*) fogalmát hat ismérv alapján határolja körül (2004: 355–356, vö. Márku 2015: 77):

1. a rendszeres résztvevők által alkotott mag köré összpontosuló aktív, önfenntartó részvétel;
2. egymással megosztott történelem, kultúra, célok, normák és értékek;
3. szolidaritás, támogatás, kölcsönösség;
4. kritika, konfliktusok, konfliktuskezelési módszerek;
5. csoportidentitás, csoportmegkülönböztető jegyek;
6. szerepek, hierarchiák, irányítás és rituálék megjelenése.

Noha a fenti szempontok alkalmasak az online csoportok körülhatárolására, nem minden online csoport tekinthető virtuális közösségnek (Herring 2004: 346).

¹ Ang. *Computer-Mediated Communication* 'számítógép közvetítette kommunikáció'.

² Ang. *Computer-Mediated Discourse* 'számítógép közvetítette diskurzus'.

A beszélőközösség (ang. *speech community*) olyan csoport, amelynek tagjai meghatározott nyelvi normákat követnek (Labov 1972: 120–121), valamint „azonos kódkészlettel rendelkeznek” (Trudgill 1997: 14): „Ez azonban nem azt jelenti, hogy egy beszélőközösség tagjai ugyanúgy beszélnek, hanem azt, hogy a nyelvhasználatukban megfigyelhető eltérések, különbségek szabályszerűséget mutatnak, egységes mintázatba rendezhetők” (Szabó 2012). A műszó létjogosultságát ugyanakkor többen is megkérdőjelezik, mivel az sokak szerint egy adott csoporton belüli nyelvi homogenitást sugall (a terminus definiálásáról és megítéléséről részletesen l. Duranti 1997).

A gyakorlóközösség vagy praxisközösség (ang. *community of praxis*) (Lave–Wenger 1991) fogalmának az előnyét Márku abban látja, hogy az „nem a megszokott absztrakt jellemzők (nem, társadalmi osztály) mentén azonosítja a társadalmi csoportokat, vagy szimplán az alapján, hogy a tagok egy térben vannak (pl. szomszédság, munkahely), hanem azonos »gyakorlat«, tevékenység alapján” (2015: 80). Juliet Langman (2002: 69) Étienne Wenger (1998: 76) nyomán a fogalmat három feltételhez köti: „a csoport tagjai 1) együttesen vesznek részt 2) egy egyezkedésen alapuló közös vállalkozásban 3) javaknak egyezkedés útján létrehozott közös repertoárja segítségével”. Az önkéntesen szerveződő csoportot tehát a tagok azonos érdeklődési köre, kölcsönös interakciója és a közösen konstruált szokásgyakorlata (pl. cselekvés, nyelvi tevékenység, nyelvi mintázatok) tartja össze (vö. Márku 2015: 80).

Az alábbiakban az internetes futballközösség mint virtuális közösség vagy gyakorlóközösség szokásgyakorlatát tárom fel egy online kérdőíves kutatás segítségével.

1.2. A kutatás módszertani kerete

1.2.1. A kutatás tárgya

Az internetes futballközösség mint gyakorlóközösség szokásgyakorlatának, illetőleg nyelvhasználatának az elemzését többek között az indokolja, hogy a labdarúgás online platformjai hetek, hónapok alatt óriási népszerűsége tehetnek szert. Erről az oldalak kedvelőinek vagy követőinek, valamint az oldalakon közzétett tartalmak „reakcióinak” („Tetszik”, „Imádom”, „Vicces”, „Húha”, „Szomorú”, „Dühítő”) és hozzászólásainak a magas száma árulkodik.



1. ábra: Kedvelések, követések, „reakciók” és kommentek magas száma
 Forrás: a FociHíradó Facebook-oldala

1.2.2. Célok és hipotézisek

A kutatás célja a magyar internetes futballközösség(ek) szokásgyakorlatának – kommunikációs stratégiáinak és nyelvi-pragmatikai jellemzőinek – a feltárása. Hasonló vizsgálatok tudomásom szerint mind ez idáig csupán a finn internetes futballfórumokról (Kytöle 2013) és Twitter-bejegyzésekről (Kytöle–Westinen 2015) születtek.

Mivel a futballal kapcsolatos magyar nyelvű Facebook-oldalakon és -csoportokban nagyfokú interakció figyelhető meg (l. posztok, kommentek, lájkok magas száma), feltételezhető, hogy az online futballszurkolásnak sajátos, mind a hagyományos futballszurkolástól, mind pedig az internetes kommunikáció általános nyelvi-pragmatikai mintázataitól némileg eltérő (jól körülhatárolható) szokásgyakorlata – kommunikációs stratégiái és regisztere –

alakult ki. Hipotézisem szerint tehát az interneten az egy vagy több futballcsapatnak (ellen)szurkoló felhasználók csoportja a herringi paramétereknek (2004: 355–356) megfelelő virtuális közösségnek, valamint az internetes futballszurkolás mint tevékenység köré szerveződő gyakorlóközösségnek is tekinthető.

Mivel a fiatalabb felhasználók több időt töltenek internetezéssel (vö. Veszelszki 2017: 188–189), valamint fogékonyabbak a normától való eltérés elfogadására (ti. normateremtőek) (vö. Szerdi 2017a: 156), mint az idősek, valószínűnek tartom, hogy a fentiekben feltételezett – saját normarendszert létrehozó – gyakorlóközösség alakításában is nagyobb szerepet vállalnak (ti. aktívabbak) náluk.

1.2.3. A kérdőív összeállításának nehézségei és módszertani megfontolásai

Az alábbiakban az internetes futballközösség Google-kérdőíves kutatásának az előkészítését és annak nehézségeit ismertetem. A felmérést 2017 októberében végeztem. Számos, több ezer kedvelővel rendelkező szurkolói oldalt és a Facebookon aktív futballszakértőt, illetve újságírókat kértem meg arra, hogy segítsék munkámat az űrlap megosztásával. E megoldás előnyét abban látom, hogy a kérdőív főleg olyan felhasználókhoz juthatott el, akik valóban érdeklődnek a futball iránt, és részt vesznek az internetes futballközösség alakításában. Viszonylag gyorsan szerezhettünk így olyan adatokat, amelyek kijelölik a feltételezett gyakorlóközösség szokásgyakorlatának határvonalait.

Az online kérdőíves felmérés hátránya, hogy (a) a passzív megfigyelő módszerrel szemben kevésbé árnyalja a futballszurkolók online nyelvi tevékenységét (vö. Facebook-oldalak és -csoportok bejegyzései); (b) nem a gyakorlóközösség (nyelvi) tevékenységéről „tudósít” közvetlenül, hanem arról, hogy az adatközlők milyennek látják a saját nyelvi tevékenységüket; (c) a kapott eredmények kevésbé utalnak a közösség nem tudatos vagy igénytelenebb nyelvi viselkedésére, mivel a mintába kisebb eséllyel kerülnek be az alacsonyabb metanyelvi képességekkel rendelkező kitöltők (elsősorban a gyerekek).

A kutatásnak az előzetes terveim szerint két – egy kvalitatív és egy kvantitatív adatfelvételi – szakaszból kellett volna állnia. Mivel azonban a több ezer követővel rendelkező Facebook-oldalak nem (szívesen) tesznek közzé – főleg nem kétszer – a „profiljukba nem illő” vagy „előre nem tervezett” tartalmakat, a nyílt és a zárt végű kérdések összevonása mellett döntöttem, növelve ezzel a kitűzött célok megvalósíthatóságának esélyeit. Ez az oka annak,

hogyan az adatközlőknek negyven (13 nyílt és 27 zárt végű) kérdésre kellett válaszolniuk.

A kérdőív egyik sarkalatos pontjának az adatközlők néhány tevékenységének (pl. futballtartalmak olvasása, írása, megosztása vagy kommentelése) a gyakoriságát mérő eszközöket tartom. A netnyelvészet szakirodalma a *Milyen gyakran...?* vagy a *Mennyi időt...?* kezdetű kérdésre kétféle válaszlehetőséget kínál. Pontosabb adatokhoz juthatunk a *naponta többször/naponta egyszer/hetente többször/hetente egyszer/havonta többször/havonta egyszer* típusú válaszlehetőségek felkínálásával (vö. Bódi 2004: 87–90), ezek közül viszont az adott tevékenységet nem meghatározott időközökben végző felhasználók nem vagy nehezebben tudnak választani. Nem egyértelmű például, hogy mit jelöljön (naponta többször vagy hetente többször) az a futballranjongó, aki szerdán és hétfőn (tipikus meccsnapokon) több hozzászólást is ír az öt megszólító tartalmakhoz (pl. a mérkőzések beharangozóihoz vagy összefoglalóihoz), hétköznapiakon viszont már egyetlen posztot (pl. átigazolási pletykát) sem véleményez, mert az számára kevésbé érdekes. Nem világos az sem, hogy melyik lehetőséget válassza az a felhasználó, aki kedvenc játékosának egy másik csapatba való igazolásakor (átigazolási pletykák, hivatalos bejelentés, utózóngék) számos bejegyzést ír, posztol és kommentel a Facebookon, máskor viszont kevésbé aktív a közösségi hálón. Napi, heti vagy havi (egyszeri, többszöri) tevékenységet végez-e az az ellenszurkoló, aki tartalomtól függően trollkodik, illetve kelt zavart az ellenfél csapatának Facebook-oldalain? Munkámban a felvetett problémák elkerülése végett az „egyszerűsített” – kevésbé kifejtett és viszonylag elvont – *nagyon gyakran/gyakran/néha/ritkán/nagyon ritkán/soha* válaszlehetőségek mellett döntöttem (vö. Biró–Sárosi 2016: 24). E megoldás hátránya, hogy a kapott eredmények szubjektív képet mutathatnak (pl. ami az egyik felhasználónak csak a *gyakrant*, az a másik felhasználónak a *nagyon gyakrant* jelenti), az előnye pedig, hogy „kitöltőbarát”, hiszen egy-egy megjelölt válasz az adatközlő közösségvállalási attitűdjét fejezi ki, vagyis azt, hogy ő milyennek látja a saját helyét és szerepét az online futballközösségben. Ezzel magyarázható az is, hogy e kategóriák a fentiekhez képest könnyebb és gyorsabb kitöltést tesznek lehetővé, ami egy negyven kérdést tartalmazó felmérés esetén nem elhanyagolható szempont.

A megkeresésemre a következő tíz oldaltól kaptam pozitív visszajelzést: FC Barcelona – Magyarország, Eurobarca, Királyi Gárda – Real Madrid Szurkolói oldal, RealMadridista, SpursHungary, A FutballKutató – The Football-Explorer, Magyar Chelsea Szurkolói Klub, Bundesliga Magyarország, Il Nostro Calcio és

Koppányi Gergely. A kérdőívet emellett néhány zárt futbalccsoportban is megosztottam: United Fan Club, BVB. Interjúk, hírek, vélemények, FC Barcelona – Magyarország Szurkolói Csoport, FIFA – FUT Magyarország – Only HUN, Tottenham Hotspur Szurkolói Egyesület, Hathárom Fórum – VIP tippmix tippek, Tippmix fórum, Real Madrid rajongói csoport, The SHED – Hungary. Mivel az űrlapot a fentebb megnevezett oldalak, illetve csoportok kedvelői közül is megosztották néhányan, olyanok is kitölthették azt, akik sohasem olvasnak internetes futballtartalmakat, vagy ha mégis, akkor azt nem a közösségi oldalakon teszik. Őket a kérdőív kiértékelése során kizártam a mintából.

A felmérésben a korcsoportok Bódi Zoltán (2004a) által használt felosztását követem. Ez alapján beszélhetünk (1) az oktatási intézmény szintje szerinti korosztályokról: 0–14 (általános iskolások korosztálya), 15–18 (középiskolások korosztálya), 19–25 (főiskolások, illetve egyetemisták korosztálya), valamint (2) a felnőttek mesterségesen kijelölt „tízéves” korcsoportjairól: 26–35, 36–45, 46–55, 56+.

A beérkező adatokat az Excel táblázatkezelő program segítségével, valamint manuálisan dolgoztam fel. Az eredményeket nem a kérdések, hanem a tartalmi-logikai összefüggések sorrendjében mutatom be.

1.3. Szociológiai adatok

A 667 kitöltő 83,8%-a férfi, 16,2%-a nő. Ez egyrészt meglepő adatnak tűnhet, hiszen számos kutatás bizonyítja, hogy a nők rendszerint felelősebbnek érzik magukat a társas kapcsolatok ápolásáért – beleértve az online kérdőívek kitöltését is –, mint a férfiak (vö. Boneva–Kraut–Frohlich 2001; Veszelszki 2013a: 251; Istók–Szerdi 2016a: 62). Másrészt viszont várható volt, hogy a férfi kitöltők lesznek többségben, hiszen fogékonyabbak a futball(szurkolás)ra, mint a nők. Megkeresésemre a kérdőívet megosztó Facebook-oldalak is igazolták azon feltevésemet, hogy az internetes futballoldalak elsősorban férfiak látogatják.

1. táblázat. A kérdőív megosztásában részt vevő szurkolói oldalak kedvelőinek nemek szerinti megoszlása

	A Facebook-oldal neve	Kedvelők száma [2018. 02. 06– 22.]	Férfiak	Nők
1.	<i>FC Barcelona – Magyarország</i>	34 ezer	88%	12%
2.	<i>RealMadridista</i>	29 ezer	87%	13%
3.	<i>Magyar Chelsea Szurkolói Klub</i>	23 ezer	93%	7%
4.	<i>Eurobarca</i>	19 ezer	88%	12%
5.	<i>bayernszektor.hu</i>	18 ezer	89%	11%
6.	<i>Királyi Gárda – Real Madrid Szurkolói oldal</i>	7 ezer	85%	15%
7.	<i>A FutballKutató – The Football- Explorer</i>	7 ezer	97%	3%
8.	<i>Il Nostro Calcio</i>	3 ezer	96%	4%
9.	<i>Koppányi Gergely</i>	2 ezer	93%	7%
10.	<i>SpursHungary</i>	1 ezer	95%	5%

A kérdőívet kitöltők több mint egyharmada (36,9%) a felnőttkorba lépők (19–25 évesek) korosztályába tartozik. Az adatközlők megközelítőleg egynegyede (24,7%) a húszas éveik végén, illetve a harmincas éveik elején jár (26–35 évesek). A kitöltők 16,6%-a a középiskolások (15–18 évesek), 11,1%-a a 36 és 45 év közöttiek, 5,1%-a a gyerekek, illetve az általános iskolások (0–14), 3,3%-a a 46 és 55 év közöttiek, 2,2%-a pedig az 55 év felettiek korcsoportjából való. Ezek az adatok többé-kevésbé összhangban vannak a kérdőívet megosztó Facebook-oldalak kedvelőinek korcsoportok szerinti megoszlásával. Az 2. táblázat a rendelkezésemre bocsátott adatok összegzett – férfiak és nők (egy tizedes jegyre kerekített) együttes – eredményeit szemlélteti. A táblázatból egyértelműen kiderül, hogy a futballtartalmak iránt érdeklődők több mint a fele fiatal felnőttkorba tartozó (18–34 éves) felhasználó.

2. táblázat. A kérdőív megosztásában részt vevő szurkolói oldal kedvelőinek korcsoportok szerinti megoszlása

	A Facebook-oldal neve	13–17 éves	18–24 éves	25–34 éves	35–44 éves	45–54 éves	55–64 éves	65+ éves
1.	<i>FC Barcelona – Magyarország</i>	23%	46%	18%	7%	2,6%	1,4%	1,3%
2.	<i>RealMadridista</i>	16%	48%	21%	8%	2,7%	1,2%	1,3%
3.	<i>Magyar Chelsea Szurkolói Klub</i>	6,5%	53%	29%	6,7%	2,5%	0,9%	1,2%
4.	<i>Eurobarca</i>	7%	39%	32%	13%	5%	1,5%	1,3%
5.	<i>Bayernszektor.hu</i>	12%	45%	24%	9%	4,8%	2,4%	2,3%
6.	<i>Királyi Gárda – Real Madrid Szurkolói oldal</i>	16%	44%	23%	11%	3,7%	1,3%	1,2%
7.	<i>A FutballKutató – The Football-Explorer</i>	4,1%	33,8%	39,8%	15,5%	4,3%	1,1%	1,1%
8.	<i>Il Nostro Calcio</i>	3,1%	30,8%	44%	16,8%	3,2%	0,7%	1,2%
9.	<i>Koppányi Gergely</i>	3,1%	40%	45%	7,8%	2,5%	0,9%	1,0%
10.	<i>SpursHungary</i>	7,5%	49%	26%	10%	4,4%	1,1%	1,3%

1.4. Az internetes és a nem internetes médiumok mint a futballtartalmak forrásai

Az adatközlők több mint kétharmada (71,10%-a) nagyon gyakran, megközelítőleg egyötöde (21,70%-a) gyakran és mindössze 7,20%-a néha, ritkán, nagyon ritkán vagy sohasem olvas internetes futballtartalmakat (híreket, posztokat, kommenteket). Futballtörténekekről az interneten kívüli médiumokból – pl. a televízióból, a rádióból vagy az újságokból – a kitöltők csaknem egyharmada (29,70%-a) gyakran, több mint egyötöde (23,10%-a) néha, kevesebb mint egyötöde (18,10%-a) nagyon gyakran, a maradék egyharmada (29,00%-a) pedig ritkán, nagyon ritkán vagy sohasem informálódik. Ezekből az eredményekből kiderül, hogy a futballvilág eseményeiről és történeiseiről gyakrabban értesülünk a világhálóról, mint a „hagyományos” tömegkommunikációs médiumokból (vö. 3. és 4. táblázat).

3. táblázat. Az olvasási gyakoriság és az életkor összefüggése
(Milyen gyakran olvas futballhíreket, -bejegyzéseket, -kommenteket az interneten?)

	Korcsoport	Pozitív mutatók		Középmutatók		Negatív mutatók	
		nagyon gyakran	gyakran	néha	ritkán	nagyon ritkán	soha
1.	0–14	64,71%	29,41%	2,94%	0,00%	0,00%	2,94%
2.	15–18	76,58%	19,82%	1,80%	0,90%	0,90%	0,00%
3.	19–25	71,14%	18,70%	4,88%	1,63%	2,44%	1,22%
4.	26–35	70,91%	24,24%	3,64%	0,00%	0,61%	0,61%
5.	36–45	62,16%	27,03%	5,41%	0,00%	4,05%	1,35%
6.	46–55	77,27%	22,73%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
7.	56+	80,00%	13,33%	6,67%	0,00%	0,00%	0,00%
	Összesen	71,10%	21,70%	3,90%	0,75%	1,65%	0,90%

A 4. táblázatból kiolvasható, hogy nincs releváns különbség az egyes korcsoportok pozitív és negatív gyakorisági mutatói között: a nagyon gyakran és a gyakran lehetőségeket az egyes korosztályok összesen legalább 89,19%-ban választották, a nagyon ritkán és a soha opciókat pedig összesen legfeljebb 5,40%-ban jelölték. Bár az idősebb korcsoportok lényegesen kisebb számban vannak jelen az internetes futballtérben, mint a fiatalabb korosztályok, a jelenlévők mégis kortól függetlenül általában nagyon gyakran vagy gyakran olvasnak internetes futballtartalmakat.

4. táblázat. A nem internetes médiumokból való informálódás gyakorisága és az életkor összefüggése
(Milyen gyakran informálódik futballhírekről az interneten kívül?)

	Korcsoport	Pozitív mutatók		Középmutatók		Negatív mutatók	
		nagyon gyakran	gyakran	néha	ritkán	nagyon ritkán	soha
1.	0–14	32,35%	17,65%	29,41%	8,82%	5,88%	5,88%
2.	15–18	18,92%	28,83%	25,23%	16,22%	6,31%	4,50%
3.	19–25	14,63%	28,86%	25,61%	12,20%	15,45%	3,25%
4.	26–35	14,55%	29,70%	21,82%	14,55%	13,94%	5,45%
5.	36–45	21,62%	39,19%	16,22%	8,11%	8,11%	6,76%
6.	46–55	31,82%	27,27%	18,18%	9,09%	9,09%	4,55%
7.	56+	40,00%	33,33%	6,67%	0,00%	13,33%	6,67%
	Összesen	18,14%	29,69%	23,09%	12,44%	11,99%	4,65%

Míg a 36 év alatti korcsoportok pozitív gyakorisági mutatói összesen 43% és 50% közöttiek, addig a 36 év feletti generációk ugyanezen eredményei már 59% és 73% között mozognak. Ebből következik, hogy az érett felnőtt- és időskorú adatközlők gyakrabban informálódnak futballhírekről nem internetes médiumokból – pl. a televízióból, a rádióból, a nyomtatott sajtóból – is, mint a gyermekek, a serdülők vagy a fiatal felnőttkorúak. Az egyes korosztályok negatív mutatói között nincsenek kiugró különbségek: az eredmények 10% és 20% közöttiek. Ha azonban ezúttal a *ritkább* válaszlehetőséget is az önkényesen kijelölt negatív mutatók közé vesszük, egy újabb árnyalatnyi összefüggés is kirajzolódik: míg a 36 év alatti korosztályok e tekintetben lassan növekvő (20,58% – 27,03% – 30,90% – 33,94%), addig a 36 év feletti csoportok lassan csökkenő tendenciát mutatnak (22,98% – 22,73% – 20,00%). Ez azt jelenti, hogy a kijelölt középértékhez – a 36 éves korhoz – képest minél fiatalabb vagy idősebb egy felhasználó, annál kisebb eséllyel utasítja el a nem számítógép közvetítette futballtartalmak befogadását.

Az alábbiakban kizárom azokat a felhasználókat a mintából, akik soha nem olvasnak online futballhíreket vagy -bejegyzéseket (n=6/667). Nyilvánvaló ugyanis, hogy ők nem vesznek részt a feltételezett gyakorlóközösség (ki)alakításában, hiszen az egyes futballtartalmak elolvasása nélkül aligha kommentelik azokat.

Az adatközlők (n=661/667) több mint háromnegyede (76,70%-a) legalább két különböző típusú internetes felületen olvas rendszeresen futballtartalmakat, kevesebb mint egynegyede pedig csupán egyetlen fajta platformot követ. Közösségi oldalakon (pl. Facebook; Twitter; MySpace) a kitöltők 90,77%-a, (más típusú, hagyományos) weboldalakon (pl. fourfourtwomagazin.hu; sport365.hu; csakfoci.hu) 59,46%-a, fórumokon (pl. egy-egy csapat szurkolói fórumán) 46,75%-a, blogokon (egy-egy szurkoló személyes hangvételű blogján) pedig 36,91%-a olvas híreket és/vagy hozzászólásokat a témában. Ezekből az adatokból kitűnik a közösségi oldalak dominanciája, közülük is elsősorban a Facebooké feltételezhető, hiszen az a magyar nyelvterületen csaknem egyeduralkodónak tekinthető (vö. Pethő 2014: 62).

Mivel online futballközösség mint gyakorlóközösség csupán az interaktív internetes szurkolást lehetővé tevő közösségi oldalakon alakulhat ki, az alábbiakban a közösségi oldalakon futballtartalmakat nem olvasó adatközlők válaszait is kizárom a mintából (n=600/667).

1.5. Az internetes futballközösség mint gyakorlóközösség

1.5.1. Létezik-e online futballközösség?

Az adatközlők (n=600/667) 87,83%-a gondolja azt, hogy beszélhetünk ún. online futballközösségről. Ez mint bizonyos ismérvekkel rendelkező makroközösség a különböző csapatok szurkolói által fenntartott internetes mikroközösségekből (szurkolói oldalakból és csoportokból) épül fel. Az online futballközösségben mint gyakorlóközösségben is megjelennek a hagyományos szurkolói csoportosulásokra jellemző tulajdonságok (pl. összetartozás, fanatizmus, elvakultság, szlogenek, szitkozódás), a köztük lévő különbségek elsősorban az általuk végzett tevékenységekben keresendők. A lelátóról való szurkolás és a sörözéssel egybekapcsolt kocsmai összejövetelek, illetve meccsnézések tipikusan hagyományos szurkolói tevékenységeknek számítanak, az online streamek (internetes közvetítések) követése és a kvázi-szinkron Facebook-kommentelés pedig az internetes futballszurkolás legjellemzőbb létformái. A két szurkolói magatartás főként abban különbözik egymástól, hogy míg az előbbi közvetlen (pl. sokan egy asztalnál), addig az utóbbi közvetett közösségi jelenlétet feltételez (pl. egyedül a számítógép előtt). Találón fogalmaz az egyik adatközlő, aki szerint az a futballkedvelő, aki az internetes szurkolási formákat részesíti előnyben (vagy inkább monopolizálja) a face-to-face szurkolási formákkal szemben, „fotelszurkoló”: tipikus jellemvonása, hogy bátrabban nyilvánul meg a világhálón, mint személyesen, hiszen nem ismerőse (és feltételezi, hogy nem is lesz az) a (potenciális) kommunikációs partnereinek, a közöttük fennálló fizikai távolság pedig biztonságérzetet nyújt számára (l. adatközlők véleménye).

1.5.2. A fotelszurkolók szerepkörei (terminológiai áttekintés)

Az alábbiakban minden olyan felhasználóra, aki valamilyen szurkolói tevékenységet folytat az interneten, a fotelszurkoló megnevezést használom, a fotelszurkoló által végzett szurkolói tevékenységet pedig fotelszurkolásnak nevezem.

A fotelszurkolók az általuk folytatott tevékenység szerint (az adatközlők véleménye alapján) lehetnek „kommentelők”, „kommenthuszárok”, „szakértők”, „megmondóemberek”, „trollók”, „divatszurkolók”, „divatdrukkerek” vagy röviden csak „divatok” (vö. Veszelszki szerk. 2012; Balázs 2016). Míg az egyszerű kommentelő csak időnként és a számára érdekes tartalmakhoz szól

hozzá, addig a kommentuszárnak mindenről megvan a maga véleménye, és azt nem restelli másokkal sem megosztani. A szakértők olyan kommentuszárok, akik a nézetüket (szurkolói attitűdjüket: legjobb bajnokság, csapat, edző, játékos, felállás stb.) platonizálják (kizárólagossá teszik), és rá akarják erőltetni másokra is (főként az ellentétes szurkolói szemlélettel rendelkező személyekre). Az elvakult és akaratoskodó szakértőket megmondóembereknek is nevezik, hiszen amellett, hogy általában csak egyetlen „igazságot” fogadnak el, harcba is szállnak annak védelmében más, hozzájuk hasonló, de ellentétes véleménnyel rendelkező karakterekkel. A megmondóemberek kisebb verbális vitáját az adatközlők „szókaraténak” vagy „szópárbajnak”, a nagyobbat pedig „kommentháborúnak” nevezik. Ennek tipikus velejárója a személyeskedés, a gúny, az irónia és a szarkazmus. A tudatosan feszültségkeltő, másokat provokáló és szópárbajt kieroeltető kommentelők a trollok. A kisközösségek általában nem tűrik meg őket, és számon is kéri rajtuk, hogy mit keresnek az adott oldalon. Azokat a drukkereket, akik mindig az aktuális bajnoknak, győztesnek vagy az épp kiváló formában lévő csapatoknak szurkolnak, divatdrukkereknek vagy divatszurkolóknak nevezik. Azokon a felületeken ráadásul, ahol feltűnően aktív tevékenységet folytatnak, már csak a még pejoratívabb „divatok” szót használják rájuk (a jelentéstapadásról bővebben l. Lőrincz 2016). Általában a legnagyobb szurkolói bázissal rendelkező csapatok (pl. Barcelona, Real Madrid) tizenéves követőit, az újjazdag klubok vagy „kirakatcsapatok” (a legjobb játékosokat megvásárló együttesek) szurkolóit (pl. Manchester City, PSG) és a hirtelen váratlan sikereket elért együttesek rajongóit (pl. Leicester City, Atletico Madrid) illetik ezekkel a jelzőkkel.

A fotelszurkolók az általuk végzett internetes szurkolói tevékenység alapján lehetnek:

1. passzív szurkolók (passzív jelenlét):

- a) kedvelik vagy követik az egyes szurkolói Facebook-oldalakat, illetve -csoportokat, a különböző felületek által megosztott futballtartalmak olvasásán kívül azonban semmilyen más, a felhasználók számára is látható tevékenységet nem folytatnak;
- b) a mérkőzéseket (online streamek ’élő közvetítések az interneten’, pl. Sport365.live; Rojadirecta.me; Streamshunter.tv) vagy azok alakulását az interneten követik (pl. Eredmenyek.com; Livescore.com; Soccerstand.com);

2. aktív szurkolók (aktív jelenlét):

a fentebb megnevezett passzív tevékenységek mellett aktív, mások számára ugyancsak látható tevékenységet is folytatnak: futball-tartalmakat lájkolnak, posztolnak, megosztanak vagy kommentelnek.

1.5.3. Közösségjelölő- és megkülönböztető ismérvek

Ahhoz, hogy az internetes futballközösségre meghatározott lingvisztikai demarkációs vonalakkal körülhatárolható gyakorlóközösséggént tekinthessünk, meg kell vizsgálnunk azt is, hogy van-e általános, illetve nyelvhasználatbeli különbség a futballkommentek és a más témájú (pl. szórakozás, kultúra, politika) vagy személyes jellegű (pl. születésnapi köszöntő, esküvői gratuláció, baráti megjegyzés) hozzászólások között. Megközelítőleg az adatközlők fele gondolja úgy, hogy a bejegyzés tartalma nem befolyásolja a kommentelési gyakorlatát: *Nincs különbség; Én mindenféle témában ugyan olyan stílussal, jelleggel írok/beszélék; Nem látok különbséget, más a tartalom, de a stílus ugyanaz.* A kitöltők másik felének véleménye mégis arra enged következtetni, hogy lehetnek tipikus közösségjelölő- és megkülönböztető ismérvei az internetes futballnyelvhasználatnak: *Focival kapcsolatban hétköznapiabb nyelvezetet használok; Szabadabb a nyelvhasználat a sport területén; Más szókincset igényel.; Talán ha a futballal kapcsolatos dolgokról írok, több szlenget és trágárságot engedek meg magamnak.; a futball egy maszkulinabb kultúra, így pl. több trágárság, kevesebb empátia is belefér időnként; Több idegen szó, jellemzően futballszakmai kifejezések, amiknek annyira nem érzem jónak a magyar megfelelőjét.; Csak a foci kapcsán építem be az idegen szavakat a szótáramba; Úgy gondolom, hogy az idegen szavak, rövidítések inkább megjelennek mint másfajta kommenteknél; Főleg a vulgári nyelvhasználat, és a kölcsönös tisztelet hiánya.; Több irónia van futballal kapcsolatos tartalmakban.; A futballénál kevesebb az értelmes megszólalás; A futball bejegyzéseknél sokkal több a hiba a kommentekben; a futballszurkolók többsége helytelenül fogalmaz, kötekedik, rosszul ír stb.*

Az adatközlőknek megközelítőleg a fele nem lát különbséget a digitális (internetes) és a nem digitális futballnyelvhasználat (élőszó) között sem: *Amennyiben az én nyelvhasználatomat illeti, nagyjából semmilyen; Semmi extra; Igazából ezidáig nem vettem észre semmi, nagyon szembetűnő különbséget a kettő között.* A kitöltők másik fele ugyanakkor egyetért abban, hogy míg az interneten bátrabban nyilvánulnak meg az emberek, addig élőszóban *nem lehet*

szurkálni, csak szurkolni; Élőszóban az internetes kommentelők 80%-a inkább csendben marad.; Élőben az emberek jóval kulturáltabbak, idegenekkel is nagyon jól szurkolhat együtt az ember.; Élőben kevesebb ember trollkodik, ez mindenképp előny. Az embereknek nem akkora a szája élőben, mint az interneten, amikor kamu profillal ír egy hülyeséget idegenek közé, csak hogy hergelje őket.; Az nem tetszik, hogy az interneten mindenkinek nagyobb a szája(bevallom, nekem is),és emiatt sokkal könnyebben gerjesztenek balhét.; Az internet személytelensége miatt, ott sokkal több személyeskedést, „beszólást” tapasztalok, mint élő szóban.; Az internetes nyelvhasználatnál hajlamosabbak vagyunk jobban megnyilvánulni, aminek előnye, hogy akkor per pillanat nem vágnak képen :)). Többen abban látják a digitális tartalmak előnyét, hogy azok közzétételét (hosszabb) tervezés előzheti meg (a tervezett írott nyelvről l. Petykó 2012): A digitális futballnyelvhasználat előnye mindenképpen az, hogy átgondolt, kerek mondatok születnek, és több mindenkire ejuthatnak leírt gondolataink, azonban a hirtelen felindultságból született bejegyzések és hozzászólások esetében ez hátrány is lehet. A beszéd elszáll, de az írás megmarad.; az élőszóban több a trágár kifejezés, mire a neten valaki leírja a mondanivalóját, átgondolja és finomít rajta, persze nem minden esetben; Könnyebb szakmai vitát folytatni, mert van idő átgondolni, megfogalmazni a választ.; Az élőszó spontánabb. Ez lehet az oka annak is, hogy egyesek szerint az internetes futballdiskurzusok tartalmi-taktikai szempontból megalapozottabbak: A taktikai elemek feltárása,illetve azok szurkolói használata egyértelműen a digitális közösséghez köthető inkább.; Én azt gondolom hogy egy rétegblogon a kommentek közt sokszor több a tudás mint a kocsmában mondjuk emiatt sokkal inkább lehet használni igazi szakkifejezéseket is, akár angolul. Az adatközlők nagyobb része ugyanakkor erről másképpen vélekedik (a spontán írott nyelvről l. uo.): Interneten több a nyelvi igénytelenség; A netes nyelv primitív és gagyi; A digitális nyelv elkorcsosultabb. Valószínűleg a spontán írott nyelvi diskurzusokra gondolnak azok is, akik szerint Az interneten sokkal több szleng és rövidítés fellelhető; a gúnynevek írásban gyakoribbak vagy Az Internetes szleng egyre inkább beépül a köznyelvbe (lásd trollkodás), éppúgy, mint például annak idején a Gálvölgyi Showban használatos Vazze kifejezés.... Az egyik adatközlő az internetes és a nyomtatott futballtartalmak közötti különbségről is kifejtette véleményét: Csak annyi különbséget látok, hogy az újságokban hosszabb a cikk, semmi mást nem látok.

1.5.4. Közösségformáló tevékenységek

A passzív online tevékenységet folytató felhasználók csak a közösség peremén foglalnak helyet, az internetes futballközösséget mint látható és empirikusan is vizsgálható gyakorlóközösséget ugyanis az aktív szurkolók alakítják.

Az internetes futballközösség mint gyakorlóközösség különböző nyelvi és nem nyelvi ismérvek, szokások, illetve rituálék mentén szerveződik. Az adatközlők a következő közösségalkító nyelvi sajátosságokat tartják számon a leginkább: egyedi nyelvhasználat, közös humor és nyelvezet, sajátos szleng, „menő” kifejezések, gúny- és becenevek, szlogenek, feltételes mód használata, *inside jokes* ’belső poénok’ (csak az adott csoport tagjai értik).

A kitöltők válaszaiban a következő közösségformáló általános ismérvek jelentek meg a legtöbbször: folyamatos online jelenlét egy bizonyos csapat szurkolói bázisa körül; szervezett szurkolás (oldalak vagy csoportok fenntartása és moderálása, közös programok szervezése, szavazások létrehozása); rengeteg poszt, komment, lájk, megosztás vagy linkelés; lájkvadászat; klikkesedés, együvé tartozás, közös cselekvés, hasonló vélemény (kedvenc bajnokság, csapat, játékosok); az átigazolások (leigazolások és eligazolások) megbeszélése; FIFA és PES videojátékok (szerverekhez való csatlakozás, beszélgetés a játékról); versengés, kritizálás, agresszió; értelmetlen viták, elhamarkodott vélemények, szarkazmus; szubjektivitás, fanatizmus; humor; mémek (Trollfoci).

A legmeghatározóbb közösségformáló tevékenységnek csaknem valamennyi adatközlő a Facebook-kommentelést tartja. Az egyik kitöltő ugyanakkor hangsúlyozza, hogy csak „egy viszonylag szűk kommentelői bázis” rendszeres aktivitásáról van szó (ezt a későbbiekben olvasható adatok is megerősítik). Az adatközlők a kommentelésre (ritkábban a posztolásra) mint az internetes futballközösséget elsődlegesen alakító tevékenységre főként mérközésekkel összefüggő tevékenységformaként tekintenek:

1. Mérkőzés előtti tipikus tevékenységek: közös utazás és meccsnézés szervezése; *meccs preview* (előzetes, beharangozó); *streamvadászat* (internetes közvetítések, ún. *streamlinkek* ’a közvetítés hivatkozása’ keresése); mérközések vagy fordulók előtti „gyűlés”; taktika megbeszélése; esélylatolgatás; spekulálás; tippjáték; várható és kívánt kezdőcsapatok összeállítása; hivatalos kezdőcsapatok posztolása; az ellenfél szurkolóinak hergelése; saját csapatba vetett hit.

2. Mérkőzés alatti tipikus tevékenységek: *live stream* ’élő közvetítés’; streamek megosztása egymással; „meccsposzt” vagy „kommentfogó” (olyan „kommentgyűjtő” bejegyzés, melyet a Facebook-csoportok szerkesztői azért

tesznek közzé, hogy az adott mérkőzéssel kapcsolatos szurkolói vélemények egyugyanazon helyen összpontosuljanak, elkerülve ezzel a csoport üzenőfalát ellepő önálló, sokszor ismétlődő és átláthatatlan szurkolói posztokat); szimultán (kvázi-szinkron) kommentelés meccsnézés közben.

3. Mérkőzés utáni tipikus tevékenységek: *meccs review* 'mérkőzés utáni értékelés'; közös elemzések; játékosok és csapatok teljesítményének a pontozása (legjobb és leggyengébb teljesítmény); átigazolások (a látottak alapján kit kellene megvennie, illetve eladnia egy adott csapatnak); az ellenfél (szurkolóinak) a szidása; kommentháborúk; trollkodás; mémgyártás.

1.5.5. Passzív (láthatatlan) jelenlét

1.5.5.1. Futballtartalmak olvasása különböző Facebook-felületeken

A közösségi oldalak futballtartalmait bizonyos rendszerességgel olvasó felhasználók (n=600/667) több mint háromnegyede (76,17%-a) látogatja a Facebookon egy-egy csapat szurkolói oldalait (pl. penamadridista.hu; eurobarca.hu; Út Wenger), csaknem kétharmada (61,17%-a) az általános hírközlő oldalakat (pl. FourFourTwo Magazin; Sport365.hu; csakfoci.hu), valamivel kevesebb mint a fele (47,00%-a) egy-egy csapat nyílt vagy zárt szurkolói csoportjait (pl. Manchester United*Magyar Szurkolói Csoport; The SHED – Hungary; Múlt és Jelen Juventus csoport), több mint egyharmada (39,17%-a) pedig egy vagy több futballszakértő, illetve újságíró személyes hangvételű oldalát (pl. Egy futballfüggő naplójából; Koppányi Gergely/Kompany lö, gól!; Kislány, nagy foci).

1.5.5.2. A kommentek hossza és az olvasás összefüggése

A válaszadók (n=600/667) csaknem egyharmadát (31,33%-át) befolyásolja egy adott komment elolvasásában annak hossza. Sokkal többen kedvelik a rövidebb, velősebb kommenteket, mint a hosszabb, kifejtettebb hozzászólásokat. Ennek leggyakoribb okai az időhiány, a sietés és a közöny: *Ha nagyon hosszú inkább bele sem kezdek; nem szeretek sokat olvasni; idő, idő, idő...; Lusta vagyok el olvasni; Nem regényre vagyok kíváncsi. Informatív legyen és gyorsan olvasható a tartalom.*

Néhány kitöltő a kommentek optimális hosszát vagy a hozzászólások szűrésének a mikéntjét is megpróbálta meghatározni. A véleményekből azonban kiderül, hogy nincs egyetértés abban, milyen egy komment ideális hossza: *Ha egy komment 18-20 sornál hosszabb, csak akkor olvasom el, ha feltűnően sok*

like/reakció érkezett rá.; nagyságrendileg függ, 250 karakter felett nem mindig olvasom el időhiány miatt.; Nagyon rövid (<6 szó) kommenteken átugrik a szemem, hosszú (>2 bekezdés) kommenteknél csak az első két-három mondatot olvasom el, és csak akkor a többit, ha az első pár mondat alapján érdekesnek találom vagy válaszolni akarok rá.; Egy határozott erős és értelmes véleményt le lehet írni max 5-6 mondatban. A többi csak üres locsogás ...; Elso par 2szo es az utolso 2szotol függ, hogy vegigolvasom-e.

Sokkal kevesebben vannak azok az adatközlők, akik a hosszabb kommenteket részesítik előnyben a rövidebbekkel szemben. Szerintük a hosszabb hozzászólások gondolatilag kiforrottabbak és több információt tartalmaznak: *A rövid kommentekben nincs információ, a hosszabbakban lehet, ezért azokat érdekesebb elolvasni. A rövideket csak átgörgetem.; A hosszú valószínűleg tartalmaz valamit, nem csak oda bofogtek; Ha rövidebb könnyebben emészthető, de egy idő után elveszik az érdeklődés, a hosszabb komment, viszont általában kiforrottabb véleményt rejt.; Ha hosszú, az 99%-ban olyan írta, aki kifejti azt amit mond, és normális érvekkel írja le; Hosszú üzenetet, csak egy nagyobb mennyiségű lájk szám esetén olvasok el. Amit nem lájkolnak, általában már le van írva, vagy csak simán érdektelen. Érdemi beszélgetés csak a „sok lájkos” hosszú kommentek alatt van. Persze ott se mindig.*

A válaszadók több mint kétharmadát (68,67%-át) nem befolyásolja egy komment elolvasásában annak hossza. A legtöbben azon a véleményen vannak, hogy nem a szavak vagy a sorok száma, hanem a kifejtett gondolatok minősége a mérvadó: *Van időm rá elolvasni és néha egy hosszabb komment felér egy értelmesebb rövid cikkkel is; A jó gondolatok hosszabb kifejezést igényelnek, míg a trollkodás csak pár sor.; Nem számít a hossza, csak a tartalma.; Egy kommentről már az elején kiderül, hogy értelmes-e, vagy sem. Ha igen, akkor legyen bármilyen hosszú, végigolvasom.; Ahhoz hogy vitázni tudjak muszáj elolvasnom az egész kommentet akármilyen hosszú.*

1.5.5.3. A figyelemfelkeltő címek és az olvasás összefüggése

Az adatközlők (n=600/667) több mint negyede (26,5%-a) nagyobb eséllyel olvassa el a kattintásvadász címszavakat tartalmazó cikkeket. Az adott kulcsszót a bejegyzés írója, illetve szerkesztője annak címében vagy a beillesztett tartalom feletti szövegrészben helyezheti el. A *clickbait* vagy szenzációhajhász címek célja rábírní az olvasót egy-egy képpel ellátott linkelt cikk megnyitására, növelve ezzel az adott oldal olvasottságát. A Sport 365.hu nevű Facebook-oldalról a következő, más-más kattintásvadász kulcsszót tartalmazó címeket

gyűjtöttem össze (kiemelés tőlem; a szövegrész és a linkelt hír címének határát két függőleges vonallal jelölöm):

- (1) **Hihetetlen...** | **Sokk:** *bunda volt a válogatott Andorra elleni veresége?* (W1) [2017. 06. 15.]
- (2) *Mit szóltok hozzá?* | **BRÉKING!** *Kirúgta edzőjét a Bayern, megvan az utód!* (W2) [2017. 09. 28.]
- (3) *Mit szólnátok hozzá?* | **Elképesztő:** *angol sztárscapathoz igazolhat Iker Casillas!* (W3) [2017. 05. 23.]
- (4) **Hoppá-hoppá!** | *Közelebb van a Real Madrid a kieséshez, mint a Barcelonához* (W4) [2018. 01. 15.]
- (5) *Évente 62.4 millió jár már neki.* | **Őrület:** *Messi több mint heti egymillió eurót keres ezentúl* (W5) [2017. 07. 09.]
- (6) **Felkavaró történet** | **Döbbenet:** *ezért támadt az angol futballista a szurkolóra* (W6) [2018. 01. 04.]
- (7) **Dráma!** | **Sokk:** *ezért került börtönbe a francia labdarúgó* (W7) [2017. 10. 31.]
- (8) **Gigantikus** *transzfer lenne* | **Ilyen nincs:** *hihetetlen ajánlatot tesz a MU Ronaldóért* (W8) [2017. 06. 19.]
- (9) *"Cristiano homosexual" - válaszolt a FIFA...* | **Brutális:** *ennyit fizet az MLSZ Ronaldo szidása miatt* (W9) [2017. 10. 04.]
- (10) *Határ a csillagos ég* | **Bámulatos:** *Ronaldo újabb rekordot állított fel* (W10) [2017. 06. 22.]

Megfigyelhetjük, hogy a szerzők nemcsak egy-egy hír címében, hanem az adott linket megelőző szövegrészben is helyezhetnek el kattintásvadász szavakat, kifejezéseket. Szófajiságukat tekintve ezek általában melléknévek (pl. *hihetetlen*, *gigantikus*) vagy főnevek (pl. *dráma*, *sokk*). Találunk példát jelzős szerkezetek redukciójára is (erről l. Jakab 2010): *bámulatos (teljesítmény)*, *brutális (összeg)*. Az adott kulcsszó nagybetűkkel való kiemelése vagy az utána álló kettőspont, illetve felkiáltójel jelzi rendszerint az elolvasandó tartalom „rendkívüliségét”.

A Facebookon megosztott (futball)tartalmak egy másik népszerű figyelemfelkeltő vagy -irányító eszköze a linket megelőző szövegrészben elhelyezett kérdés. A szerző ezt általában egyes vagy többes szám második személyben fogalmazza meg, hogy közvetlenül szólhasson az olvasó(k)hoz. Számos kérdés (pl. *Igazságos?; Megérdemli?; Szerinted?*) ugyanakkor vitát is generálhat az egyes csapatok szurkolói között.

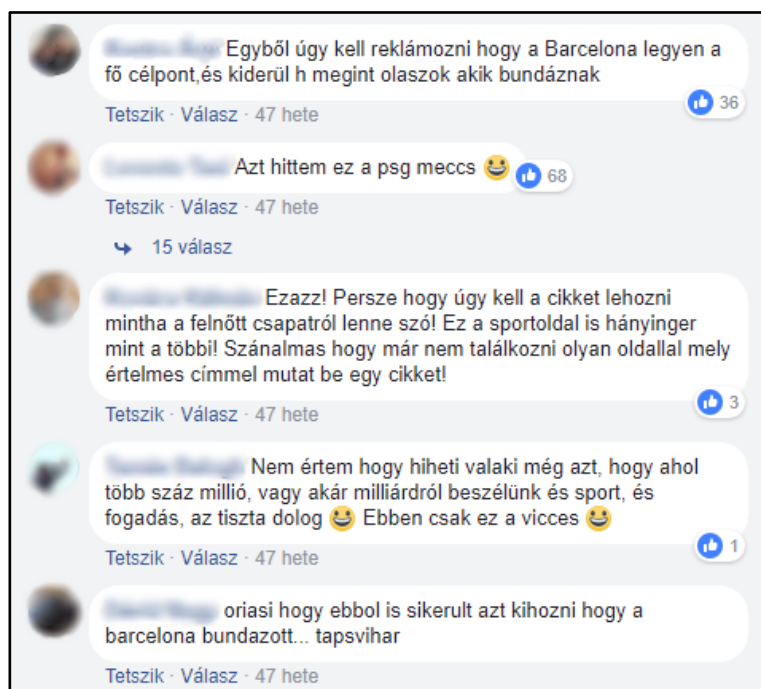
- (11) *Gondoltad volna?* | Lionel Messi meggondolta magát (W11) [2016. 08. 13.]
- (12) *Meglepődtek?* | Sztár csapatba távozik a Barca játékosa (W12) [2018. 01. 20.]
- (13) *Szerinted?* | Botlott a Real, nagyon úgy tűnik, a Barca bajnok lesz (W13) [2018. 01. 08.]
- (14) *Megérdemli? Ezt érdemli meg?* | Brutális szerződést kínál Tottinak az AS Roma (W14) [2017. 03. 22.]
- (15) *Igazságos?* | Ronaldo eltiltása: döntöttek a Real fellebbezéséről (W15) [2017. 08. 16.]

Az olvasottság növelésének egy másik módja a csapatnévvariánsok többjelentésűségének vagy azonosalakúságának a kihasználása (pl. *Real*; *United*; *Barcelona*). Ilyenkor a kevésbé népszerű együttesekről (pl. Real Sociedad; West Ham United; Espanyol Barcelona) szóló tartalmakat is sokan megnyitják, hiszen azt hiszik, hogy abban egy másik, sokkal ismertebb csapatról (Real Madrid; Manchester United; FC Barcelona) olvashatnak majd.

- (16) *La Liga: edzőmenesztés Barcelonában!* [a posztképen Flores és Valverde, az Espanyol Barcelona és az FC Barcelona edzője] (W16) [2018. 04. 21.]
- (17) *Reméljük, mindenki megkapja a méltó büntetését... | Hatalmas botrány: bunda volt a **Barcelona** hatalmas győzelme* (W17) [2017. 04. 04.]

Az első cím azt a benyomást keltheti azt olvasóban, hogy az FC Barcelona a Bajnokok Ligájából való kiesését követően megválnak trénerétől, Ernesto Valverdétől. A hírt megnyitva azonban kiderül, hogy erről szó sincs, a bajnokságból való kiesés ellen küzdő városi rivális Espanyol meneszti „csupán” az edzőjét, Quique Sanchez Florest.

A második cím első olvasatra azt sugallhatja, hogy bundázott a világ egyik legnagyobb csapata, az FC Barcelona. A linkre kattintva azonban rögtön kiderül, hogy abban nem a Barcelona világsztárokkal felálló első, hanem a kevésbé ismert második csapatáról van szó, pontosabban annak egyik olasz ellenfeléről, amely a katalán gárdától elszenvedett 12:0-s veresége miatt bundagyanúba keveredett. A fenti és az ahhoz hasonló félrevezető címeket általában az olvasók is nehezményezik, néhányan pedig ezt még komment formájában is szóvá teszik.



2. ábra: A hozzászólók véleménye a kattintásvadász címekről

1.5.5.4. A vizualitás és az olvasás összefüggése

Az adatközlők (n=600/667) több mint 40%-át (43,67%-át) befolyásolja egy-egy futballtartalom elolvasásában az, hogy kapcsolódik-e hozzá vizuális elem vagy sem (pl. kép, videó, emotikon). Az általános hírközlő és a szurkolói Facebook-oldalak rendszerint képekkel, videókkal, a Facebook-bloggerek és -újságírók pedig sajátos figyelemfelkeltő piktogramokkal is kiegészítik a verbális szövegeiket (pl. irányjel, góljel, négyzet pipával vagy számmal, országzászló).



3. ábra: Magyar Facebook-szövegek tíz népszerű piktogramja

A 3. ábrán látható piktogramokkal gyakran találkozhatunk magyar nyelvű futballbejegyzésekben. Tipikus közösségjelölő szimbólum a labda. Ezt általában a gólt lövő játékos neve mellé szúrják be. Ha egy futballista háromszor talál be

az ellenfél kapujába (ti. mesterhármast szerez), három góljel kerül a neve mellé. Tűzjelet a nagyon érdekesnek, izgalmasnak („pirítónak”) szánt posztokban vagy a kiváló formában lévő játékosok neve mellett szoktak elhelyezni. A kék színű négyzetbe írt szám a legtöbbször helyezést jelölő sorszámként vagy megdöböntő adatot (pl. a kapott gól nélküli percek) jelölő többjegyű szám elemeként szerepel a bejegyzésekben. A jobbra mutató háromszög, nyíl és a kétféle pipa bekezdésjelölő piktogramok. Ezek általában az egyetlen posztban felsorolt rövid hírek határait jelölik. Bár a piros X is lehet a bekezdés jele, általában a hiányzó, sérült vagy a kiállított játékosok neve elé kerül, de számos egyéb funkciót is betölthet. A kettős felkiáltójel rendszerint a bejegyzések címének vagy tézisondatának a végére (gyakran a végére és az elejére is) kerül. A magyar zászló mint jelkép a válogatott mérkőzésekkel összefüggő tartalmakban jelenik meg.



4. ábra: Népszerű piktogramok (konfettiágyú, trófea)

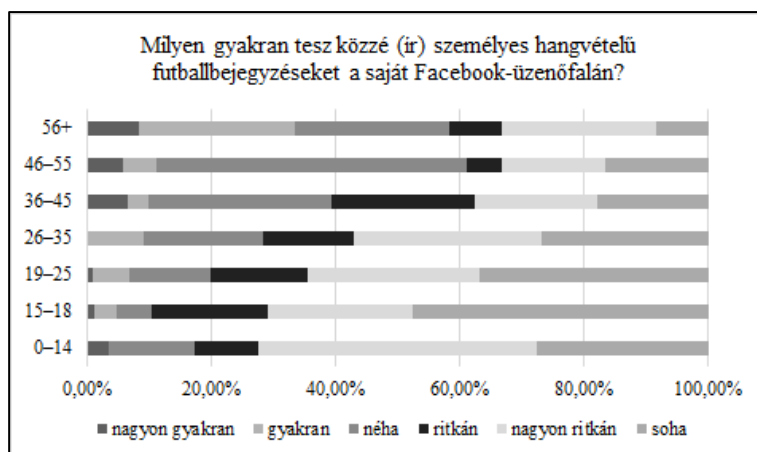
Az adatközlők (n=600/667) 88,50%-a „néz vagy olvas” internetes mémeket. Ezek szerintük „ikonikus pillanatok”-at (l. „nagy égések”; „balszerencse”; „ciki”; „baki”; „öngól”; „nagyképűség”) megélt, általában a közvéleményt „megosztó” hírességekhez, sportolókhoz, csapatokhoz, színészekhez, politikusokhoz vagy feltűnő, szokatlan, nagy visszhangot keltő aktuális eseményekhez, történésekhez kapcsolhatók (az internetes mémekről bővebben l. 4–5. fejezet és Istók 2017b, 2017e, 2018a).

1.5.6. Aktív (látható) jelenlét

1.5.6.1. Futballtartalmak közzététele, megosztása és kommentelése

Az alábbi grafikonból (5. ábra) kiderül, hogy a legtöbb adatközlő nem szívesen tesz közzé személyes hangvétellű futballbejegyzést a saját Facebook-üzenőfalán. A kitöltők (n=600/667) 1,67%-a nagyon gyakran, 6,00%-a gyakran, 16,33%-a néha, 16,00%-a ritkán, 27,17%-a nagyon ritkán, 32,83%-a pedig sohasem ír a labdarúgásról a saját idővonalára.

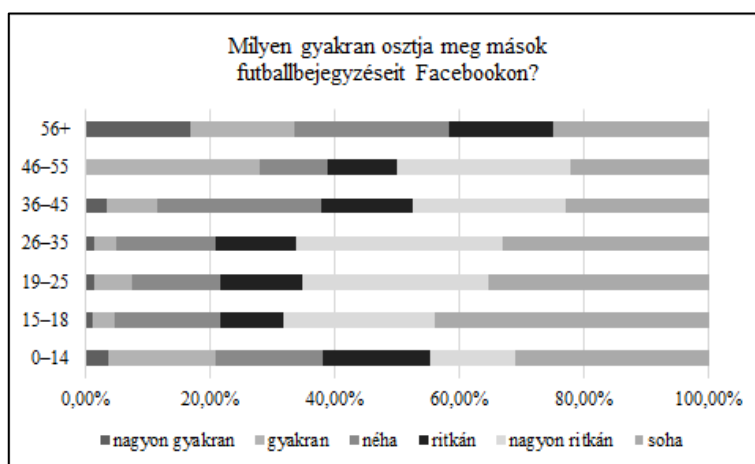
A fenti megállapítás különösen igaz a gyerekek, a serdülők és a fiatal felnőttkoriúak többségére. Passzív vagy kevésbé aktív (válaszok: ritkán, nagyon ritkán, soha) az első korosztály 82,76%-a, a második korcsoport 89,71%-a és a harmadik korosztály 80,26%-a. A 26 és 35 év, valamint a 36 és 45 év közöttiek is inkább passzívnak tekinthetők, 71,72%-uk, illetve 60,65%-uk ugyanis alig aktív vagy inaktív. A grafikonról az is leolvasható, hogy az idősebb korosztályok sokkal bátrabban (válaszok: nagyon gyakran, gyakran, néha) posztolnak személyes hangvétellű futballbejegyzéseket a Facebookon, mint a fiatalok. Míg a 46 és 55 év közöttiek csaknem kétharmada (61,12%-a), addig az 56 év felettiek több mint fele (58,33%-a) aktív(abb)nak mondható.



5. ábra: A Facebook-üzenőfali bejegyzések írásának gyakorisága és az életkor az összefüggése

Az alábbi grafikonról (6. ábra) leolvasható, hogy a kitöltők többsége nem szívesen osztja meg mások futballbejegyzéseit a Facebookon. Az adatközlők 1,83%-a nagyon gyakran, 6,67%-a gyakran, 16,50%-a néha, 13,00%-a ritkán, 27,67%-a nagyon ritkán, 34,33%-a pedig sohasem posztolja mások bejegyzéseit.

Egy-egy 56 év alatti korcsoport tagjainak legalább kétharmada (61,11%-a) és legfeljebb négyötöde (78,51%-a) ritkán, nagyon ritkán vagy sohasem osztja meg mások futballbejegyzéseit a Facebookon. E szempontból egyedül az 56 év feletti korosztály nevezhető (inkább) aktívnak, tagjainak ugyanis több mint a fele (58,34%-a) nagyon gyakran, gyakran vagy néha szokta megosztani az idegen futballtartalmakat.

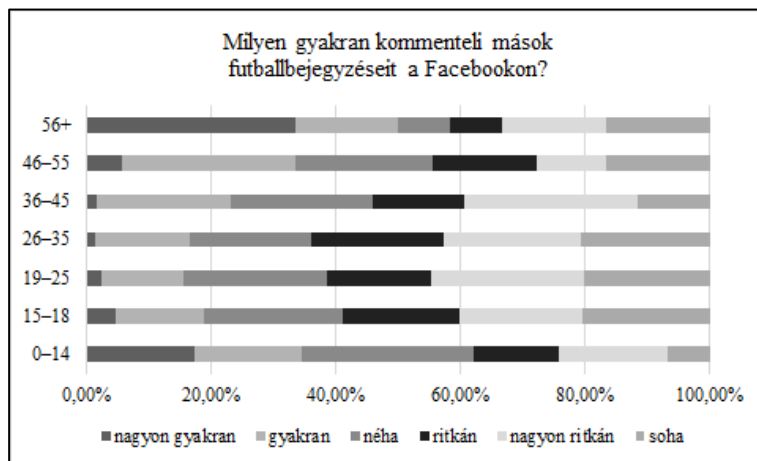


6. ábra: A futballbejegyzések megosztásának (terjesztésének) gyakorisága és az életkor összefüggése

Az adatközlők inkább kommentelnek egy bejegyzést, minthogy maguk hozzanak létre egyet, vagy másokét tegyék közzé. A kitöltők 3,83%-a nagyon gyakran, 15,33%-a gyakran, 22,00%-a néha, 17,67%-a ritkán, 22,50%-a nagyon ritkán, 18,67%-a pedig sohasem szól hozzá az egyes futballtartalmakhoz.

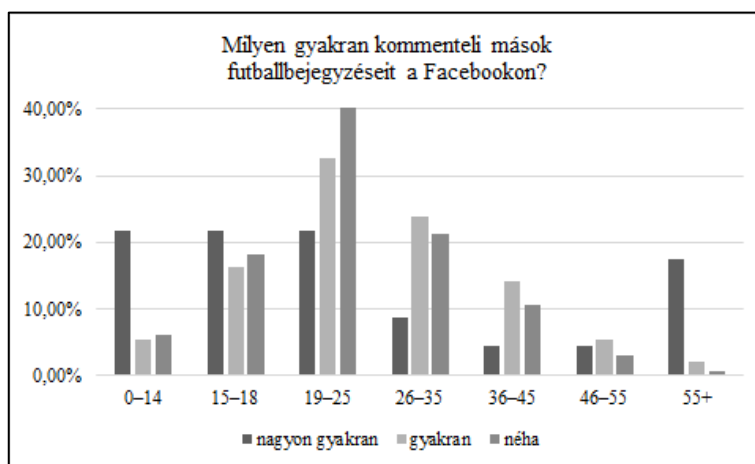
Az alábbi grafikonból (7. ábra) kiolvasható, hogy minél fiatalabb egy 36 év alatti vagy idősebb egy 36 év feletti korcsoport, annál többen kommentelik annak tagjai nagyon gyakran, gyakran vagy néha mások Facebook-bejegyzéseit. Legaktívabbnak a gyerekek és az idősebbek korosztálya mondható: a 14 év

alattiaknak csaknem kétharmada (62,07%-a), a 46 és 55 év közöttieknek, valamint az 56 év felettieknek pedig több mint a fele (55,56%-a, illetve 58,33%-a) aktív(abb) hozzászóló. Míg a gyerekeknel az önreflexió (nyelvhasználatbeli énprezentáció) alacsonyabb foka, addig az idősebbeknél a technikai eszköz újdonsága lehet meghatározó.



7. ábra: A futballbejegyzések kommentelésének gyakorisága és az életkor összefüggése

Az alábbi grafikon (8. ábra) azt szemlélteti, hogy milyen gyakran találkozhatunk az egyes korosztályok hozzászólásaival a Facebookon. A kommentek többségét a 15 és 35 év közöttiek, közülük is a 19 és 25 év közöttiek írják. Fontos ugyanakkor megjegyezni, hogy az aktív(abb) kommentelési mutatók (nagyon gyakran, gyakran, néha) korcsoportokra kivetített gyakorisága nincs összhangban az egyes korcsoportok futballbejegyzés-kommentelésének gyakoriságával. Ennek oka, hogy míg a gyakrabban kommentelő korosztályok kisebb, addig a ritkábban kommentelő korosztályok nagyobb létszámban vannak jelen az internetes futballfelületeken. Hiába kommentelnek tehát gyakrabban a gyerekek és az idősebbek a fiatal felnőttkorúaknál, az aktivitásuk kevésbé lesz látható, hiszen jóval kisebb létszámban képviseltetik magukat az online futballtérben, mint az utóbbiak.



8. ábra: Az aktív(abb) kommentelési mutatók korcsoportokra kivetített gyakorisága

Az alábbiakban (a kommentelés elemzésénél) kizárom azokat az adatközlőket a mintából, akik elmondásuk szerint soha nem szólnak hozzá a futballtartalmakhoz (n=488/600).

1.5.6.2. A kommentelés pragmatikai okai, szempontjai (véleménydömping)

(Mikor és miért szól hozzá általában egy-egy futballtartalomhoz a Facebookon?)

A gyakorlóközösség nyelvhasználatbeli szokásait formáló kitöltők (n=488/600) csaknem kétharmada (62,91%-a) nagyobb eséllyel szól hozzá egy-egy bejegyzéshez, ha nem ért egyet a benne leírtakkal. Ez a fajta véleménykifejezés nézeteltéréshez is vezethet, ami a legfőbb oka az internetes futballtérben megfigyelhető „kommentháborúknak”. Az adatközlők csupán kicsit több mint egyharmada (37,09%-a) szól hozzá nagyobb eséllyel azokhoz a tartalmakhoz, amelyekkel egyetért.

A válaszokból számos általános és konkrét, egymással összefüggő ok, illetve szempont rajzolódik ki. A hozzászólók túlzott elfoglaltsága (l. kedvenc csapat vagy játékos), éretlensége vagy hozzá nem értése készteti a legtöbb kommentelőt arra, hogy ellenvéleményt formáljon az adott tartalomról, vagy új

információval, illetve nézőponttal egészítse ki azt. A legtöbb adatközlő a kedvenc csapata, illetve játékosra mérközése előtt, közben vagy után írja le meglátásait. Sokan felszólalnak a kedvenc csapatuk vagy játékosuk védelmében, ha azt szerintük jogtalan kritika éri. Általában a fiatal és az érett felnőttkorúak azok, akik a végeláthatatlan viták helyett inkább a kulturált véleménycserét választják (1. horizontok kitágítása). A válaszok alapján a következő kategóriák jelölhetők ki:

1. Egyet nem értek, véleménykifejtés:

Amikor nem értek egyet a cikkel vagy az egyik hozzászólóval. Elmondom én is a véleményem.; Ennek egyszerű oka van, hogyha nem értek egyet a cikkel, akkor a véleményemet fejtem ki, hogyha egyet értek vele, akkor például aláírom, hogy szerintem teljesen jó cikk.; Ha az írás nem tükrözi a valóságot, vagy nem értek egyet vele.; Ha alaptalan vagy nem reális a tartalom.;

2. Információ kiegészítése, pontosítása:

A szakmai pontatlanságok korrigálása végett.; ha saját, jól átgondolt véleményem, vagy pluszinformációm van; ha ordító helytelenséget olvasok, és szükségét érzem a javításnak; mert felháborított, valótlan állítások voltak benne, hibák; Szeretnék több infót közölni, hogy annak hiányát pótolni tudjam és kicsit szeretném az embereket tisztán látásra ösztönözni;

3. Az igazság megismertetése:

Az átlagos szurkoló, szóval minimum a közeg fele (és még kb. keveset mondtam) szemellenzővel, saját csapatszíneiben pompázó szűrőn keresztül szemléli a dolgokat.; Hogy segítek az igazságban; ha bosszantónak, igazságtalannak nem reálisnak tartom az adott tartalmat; Hogy bizonyítsam a saját igazamat.; Ha a cikk szerzője vagy a kommentelő szándékosan félre akarja vezetni az olvasót, csúsztat, az érvei nem helytállóak.;

4. Horizontok kitágítása, kulturált véleménycsere:

Mert ahogyan én is szívesen olvasom mások véleményét, nézőpontját, úgy gondolom más is. Ezért jó ha többen, köztük én is véleményezzük a labdarúgás körüli történeteket. Na persze csak kulturált formában, megtisztelve a másik véleményét.; Azért, mert szeretném megtudni, hogy mások hogyan viszonyulnak az adott esethez, fontos a véleménycsere.; Ha értelmesen lehet vitatkozni egy témáról, akkor arról általában érdemes is. Kíváncsi vagyok a többi szurkoló véleményére.; Ha egy bejegyzésnél egy

meccs miatt viták alakulnak ki, akkor én a leírom a saját álláspontomat, persze ezt bárki támadása nélkül.; Igyekszem más szemszögből is megvilágítani a témát egy vereség vagy győzelem esetén, de jobban bosszant a vereség egy rossz produkció után.;

5. Új információ, új nézőpont:

Azért mert újdonságot szeretnék mondani.; Ha úgy érzem, érdemi mondanivalóm van. (Pl. extra adat, párhuzam, alternatív magyarázat).; Akkor, ha úgy érzem, hogy tudok új információt és értéket adni a hozzászólásommal. Azért, hogy kifejtsem saját véleményemet a témával kapcsolatban, esetleg kijavítsam.; Amikor hozzá tudok adni érdekes vagy új információt a beszélgetéshez.; ha úgy érzem, releváns a véleményem (esetleg új szempontot világít meg).;

6. Kommentelők éretlensége, tudatlansága, hozzá nem értése:

ha a focihoz nem értő kisgyerekek nagyokosnak hiszik magukat, a sok barca divatdrukker srác, aki tegnap látta élete első meccsét ahol a barca játszott és máris nekik szurkolnak...; Mert néha elborzaszt, milyen buták is az emberek!; Akkor mikor olyan ember kommentál aki nem ért hozzá.; Ha valaki nagy hülyeséget állít, vagy „okos” akar lenni, de helyesen sem tud írni.; Az analfabéta embereken próbálok segíteni...;

7. Kommentelők elfogultsága, elvakultsága:

Az átlagos szurkoló, szóval minimum a közeg fele (és még kb. keveset mondtam) szemellenzővel, saját csapatszínekben pompázó szűrőn keresztül szemléli a dolgokat.; Ha egy foci hírekkel foglalkozó oldal folyton elfogult és előtérbe helyez egy játékost és egy csapatot.; Amikor az elvakultság miatt elrugaszkodnak a valóságtól.; Ha a commentelo egy balfasz mert annyira isteniti a csapatát hogy nem bírja elfogadni a vereséget; Műesések, 11-esek;

8. Kedvenc csapat vagy játékos:

Amikor a témaja különösen közel áll a szívemhez (kedvenc klub/játékos).; ha a kedvenc csapatomról van szó és láttam a mérkőzést; Kifejtem a véleményem pl. amikor jól játszik a csapat vagy éppen rosszul.; Kritika, dicséret okából; Általában amikor különböző átigazolási „saga”-ról írnak a bizonyos facebook oldalak, illetve ha az a téma esetlegesen a kedvenc futballcsapatomat érinti;

9. A kedvenc csapat vagy játékos védelmében:

Amikor úgy érzem, hogy kedvenc csapatomat jogtalan támadás éri.; Ha a kedvenc csapatomról van szó. Vagy ha a kedvenc játékosomat szidják

vagy dicserik; Ha a csapatomat érinti a cikk és nem értek egyet valamivel; Én akkor szoktam hozzászólni a bejegyzésekhez, amikor valami lejáratról van szó, mert ha szimplán nem szereti az adott focistát/csapatot akkor ne lejárassa, hanem akkor nézze azt a csapatot/focistát amelyiket szereti ..; Mikor az illető nem valót állít az adott csapatról és le hordja azt.Nem értem mit keres az a személy az adott szurkolo oldalon ha nem szereti a csapatot!;

10. Mérközések előtt, alatt vagy után:

Meccsek előtt általában. Mert szeretem megosztani a véleményem.; A csapatom meccseinél, akármilyen eredmény van.; Ha élveztem vagy zavart keltett bennem a meccs.; Saját véleményem kifejezése érdekében, általában egy nagyobb rangadó után.; Kedvenc csapatom győzelmekor Azért mert elkap a futbal láz.

A fentiek mellett számos egyéb oka is lehet annak, ha valaki kommentel. Bár a hozzászólók nem szeretik, ha verbális támadás éri kedvenc csapatukat vagy játékosukat, kevesen vannak közöttük, akik szerint időnként maguk is beszólnak másoknak. A kommentelés ritkábban említett okai még az érdeklődés (kérdésfeltevés), az ismeretátadás (kérdésmegválaszolás), a magyarságtudat kifejezése, a hatásvadászat elleni ellenszenv, a nosztalgizálás (pl. visszavonult footballisták) és az ismerősök heccelése (pl. kép egy gólhelyzetről: „Jelöld be azt az ismerősedet, aki ezt [a gólhelyzetet – szerk. megj. I. B.] innen is kihagyná!”):

11. Beszólás:

A rivális csapat szurkolóinak cukkolásáa miatt; Altalaban trollkodok; Például ha egy nagyon okos ember aki nagyon ért a focihoz olyat kommentel ami nagyon idegesítő ..olyankor kedvem van kiosztani :D ,vagy ha épp a kedvenc csapatomat kritizálja valaki.;

12. Kérdezés, válaszolás:

Ha kérdést tesznek fel.; ha érdeklődni szeretnék; ha kérdésem van;

13. Hazafias lelkület:

Például ha egy magyar focista srác, a Magyaro-Portugália meccsen Portugáliának szurkol.; Akkor, ha egy szlovák szurkoló gúnyolódva ír magyar szurkolói oldalra; Magyar válogatottat/magyar játékosokat divatból szidnak.;

14. Ismerős heccelése:

ha valamelyik barátom posztol, ill. ha hecceljük egymást.; ha tudom, hogy ismerősöm csapata játszik és megy a zrika;

15. Bejelölődsdi:

A barátomat jelölöm meg a poszt alatt.; Ha kifejezettem nekem rakják ki, megjelölnek a posztban.;

16. Lájkvadászat elleni ellenszenv:

NSO-nál a lájkvadász szarok felidegesítenek, holott a cikk nem is arról szól amivel kirakják! Egyébként elolvasom az adott tartalomra érkező hozzászólásokat is, de a hülyeségekkel nem tudok azonosulni és van hogy kiadom magamból én is!; Ha valamit hiányolok belőle vagy nem értek egyet, ill. irónikus céllal, esetleg a fölöslegesen hatásvadász cím miatt.;

17. Nostalgia:

Nostalgia; régebben naprakész voltam futball hírekből és az akkori (10-15) évvel ezelőtti helyzethez viszonyítottan fel-fel vetek emlékeket (pl régi játékosok, hogy csinálták).

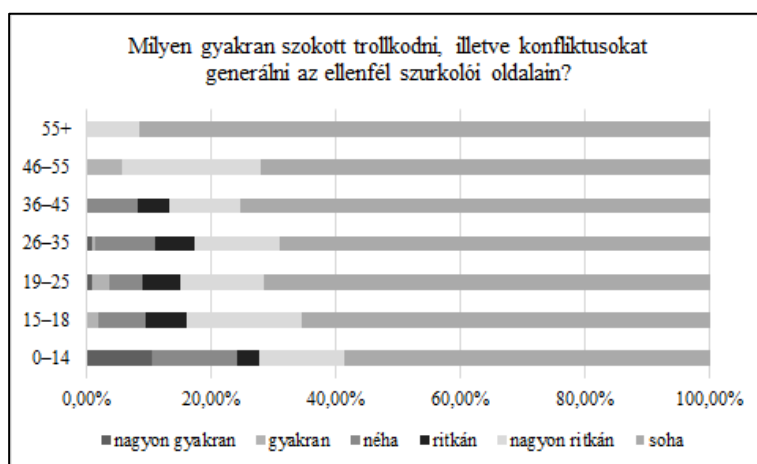
A bejegyzésekhez általában akkor nem szólnak hozzá a felhasználók, ha szeretnék elkerülni a felesleges konfliktusokat, vagy úgy gondolják, hogy egy-egy reakciógomb (pl. lájk, imádom, dühítő) elég kifejező ahhoz, hogy kommentértékű legyen: *Nagyon ritkán szólok hozzá bármilyen tartalomhoz, mivel nem szeretnék konfliktusba keveredni, inkább hangulatjelekkel szoktam cikkekre vagy hozzászólásra reagálni.;* *Ha egyetértek egy kommentel akkor elég ha lájkolom azt. Ha viszont nem értek egyet valamivel akkor azt kifejtem.;* *Cikkekhez nem szoktam. Kinek van kedve a sok értetlennel veszekedni....*

1.5.6.3. Trollkodás és konfliktusok generálása

Az adatközlők (n=600/667) 98,00%-a szimpatizál valamilyen együttessel, 87,17%-a pedig nem kedvel bizonyos csapatokat. A kedvelők (n=588) többsége (80,44%-a) (inkább) szurkolóként, elhanyagolható része (0,34%-a) (inkább) ellenszurkolóként, körülbelül egyötöde (19,22%-a) pedig szurkolóként és ellenszurkolóként is tekint önmagára.

Bár a nyílt végű kérdésekre beérkezett válaszokból kiderül, hogy a trollkodás, a beszólás és az ellenfél szurkolóinak a heccelése az internetes futballközösség egyik tipikus ismérve, az adatközlőknek csupán egyharmada (30,00%-a) állítja magáról, hogy időnként trollkodik vagy konfliktusokat generál az ellenfél valamelyik szurkolói oldalán (a zavarkeltés legnépszerűbb eszközeiről – az internetes mémekről és a ritkább szógyártó műveletekkel létrehozott játékos-, csapat- és edzőnevekről – l. Istók 2017a, 2017b, 2017e, 2018a, 2018b). Az alábbi grafikonról (9. ábra) leolvasható, hogy minél fiatalabb egy felhasználó, annál fogékonyabb a zavarkeltésre (vö. passzív gyakorisági

mutatók). A trollkodás és a konfliktusgenerálás ugyanakkor nem egy rendszeresen végzett tevékenységforma – feltehetően azért, mert tartalomfüggő – (l. aktív gyakorisági mutatók), egyéni és csoportszinten egyaránt tetten érhető: 2015-ben például a magyar Trollfoci Facebook-oldalának kedvelői rengeteg kommenttel árasztották el az angol Notts County labdarúgó csapat Facebook-oldalát (pl. „No Bajner, no party”), hogy a véleményüket fejezzék ki az akkor szerződötetett magyar származású, de a szurkolók szerint többször is nagyképpen nyilatkozó Bajner Bálintról (a történekről esettanulmány is született, l. Veszelszki 2015b).



9. ábra: A trollkodás, illetve konfliktusgenerálás gyakorisága és az életkor összefüggése

1.5.6.4. Érvelés (helyesírás, stílus)

A válaszadók (n=600/667) háromnegyede (76,83%-a) gondolja úgy, hogy az érvelés fontos szerepet játszik az „ellenszurkolásban” (ti. az ellentétes vélemények megfogalmazásában). Annak sikeressége ugyanakkor a kitöltők 87,33%-a szerint a helyesírás és az igényes nyelvhasználat szabályainak a betartásától is függ. Ha ugyanis egy ellenszurkoló (troll) érvelés közben (pl. Ki a jobb játékos?; Melyik a jobb csapat?; Melyik a jobb bajnokság?) eltér a kodifikált normától, a szöveg nyelvi minősége ellenérvként vagy replikaként

szolgálhat az általa képviselt nézettel, tartalommal szemben (P = poszt; K = komment; V = válasz):

- (18) P (FociHíradó, 2018. 01. 08.): *Melyik támadósor a jobb?* (A: „Tetszik” reakciógomb, ha a Messi–Suárez–Neymar alkotta hármas; B: „Imádom” reakciógomb, ha a Messi–Suárez–Dembélé–Coutinho kvartett)
K: *Egyik se mert olyan bona a barca hogy fujjj*
V: *A helyesírásod is... ;)*
- (19) P (felhasználói bejegyzés a Tippmix Fórum nevű csoportban, 2018. 05. 02.): *Na mi is van???? És még nektek állt följebb [...] real csak így megy a döntőig [...] vicc* (a szöveg alatt egy link olvasható a cikkhez)
K: [az egyik hozzászóló neve] *hol is van itt bent a 16on ha meg ez kez is I ?! ;)*
V: [a fenti kommentelő neve] *A szabályokhoz annyi a közöd mint a helyesíráshoz!*

Az informális internetes szövegekre jellemző elütések és hagyományos (sokak által elfogadott) helyesírási hibák (pl. kisbetűs vagy ékezethiányos írásmód, mondatközi és -végi írásjelek elhagyása; ezekről bővebben l. Szerdi 2017a: 153–156) mellett más, tipikusan közösségjelölő (identitásjelölő) „hibák” is megjelenhetnek. A csapatnevekből képzett mellékneveket például a legtöbbször nagy kezdőbetűvel írják:

- (20) *Nem vagyok **Realos**, **Barcas** de ilyenkor hol van a sok Hala Madrid!?* (a Sport365 Fb-üzenőfala, 2017. 10. 29.)
- (21) *[...] már megint,mint **Barcelónás**,csak halkan szólok... a Barca orrba szájba verte az első,harmadikat stb.stb.. sajnos a kis csapatok ellen csúszott el lélektelen játékaival... a Real volt a kiegyensúlyozottabb csapat-TEHÁT BÁRMRLYIK NYER,AZ MEGÉRDEMLI !!! ha a Real nyer -gratulálok neki...* (a Sport365 Fb-üzenőfala, 2017. 05. 21.)

A helyesírási hibák mellett gyakoriak az egyeztetési hibák is (l. 10–11. ábra): az egyik tagmondatban előforduló egy-egy csapatnévre a másik tagmondatban a legtöbbször – a bejegyzések szerkesztői és hozzászólói egyaránt – többes számú alakban utalnak. A Nyelv és Tudomány egyik ismeretterjesztő cikke a

következőképp fogalmaz erről: „az ilyen szerkezeteket egyértelműen hibásnak érezzük, ám sokak nyelvhasználatában megjelent egy másik szabály: *aki(k)* névmással utalnak vissza olyan szavakra, melyek embercsoportokat jelölnek” (W18).



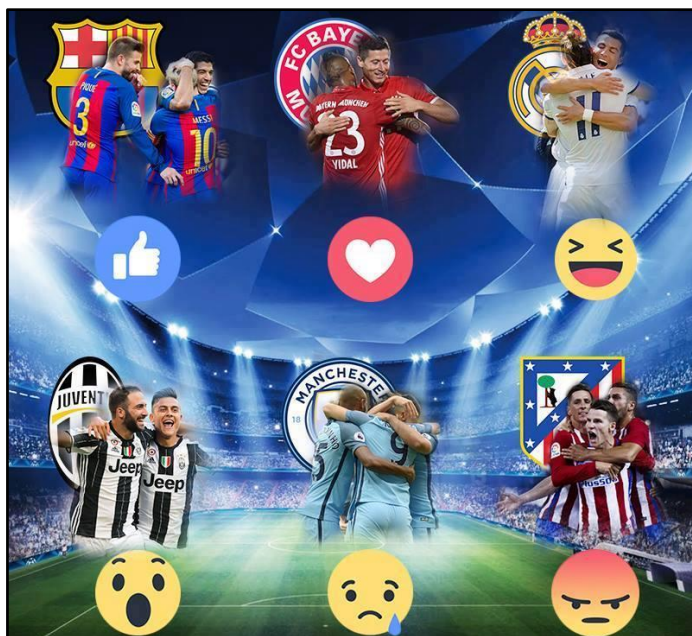
10–11. ábra: Egyeztetési hibák (csapatnevek)

A közösségi oldalakon kommentelő adatközlők ($n=488/600$) 91,60%-a alaposan átgondolja (ellenőrzi) válaszáat (ügyel a helyesírásra és a nyelvhelyességre), mielőtt reagál egy olyan állításra, amellyel nem ért egyet (pl. valaki szidja a kedvenc csapatát, játékosát, edzőjét). Érveléskor a hozzászólók több mint háromnegyede használ iróniát (79,10%-a), több mint egynegyede (25,61%-a) túlzást, valamivel kevesebb mint egynegyede (24,39%-a) pedig gúnyt a megnyilatkozásaiban. Válaszaikban az adatközlők más, ritkábban használatos alakzatokat vagy azoknak hitt hatáskeltő eszközöket is megneveztek: észérvek vagy tények (4,71%), szarkazmus (1,02%), humor (0,61%) stb.

1.5.6.5. Szópárbajt kiváltó szavazások (a reakciógombok aktuális jelentése)

Az adatközlők ($n=488/600$) egyharmada (33,40%-a) részt vesz különböző szavazások megválaszolásában (pl. legjobb játékos, edző, csapat). Az olvasó rendszerint a megosztott képen látható egy-egy csapathoz rendelt reakciógomb közül választhat egyet (pl. Barcelona = „Tetszik”; Bayern München = „Imádom”; Real Madrid = „Vicces” stb.; l. 12. ábra), de kommentben is leírhatja a véleményét. Ilyenkor a reakciógombok aktuális jelentése (‘szerintem ő a legjobb’) eltér azok lexikai jelentésétől. Ezzel magyarázható az, hogy egy adott

csapathoz való pozitív viszonyulásunkat a „Húha”, a „Szomorú” és a „Dühítő” reakciógombok is kifejezhetik. A válaszadók kétharmada (66,60%-a) valószínűleg azért mellőzi az ilyen felhívásokat, mert azok szópárbajokhoz vagy kommentháborúkhoz vezethetnek.

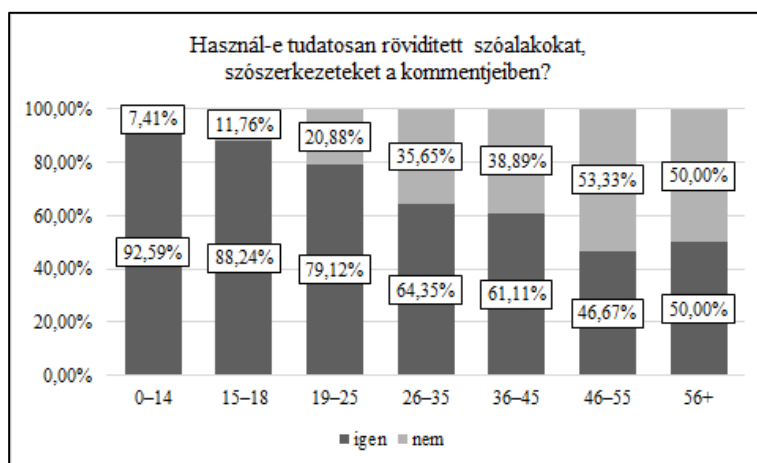


12. ábra: A reakciógombok aktuális jelentése („Ki a jobb? Válassz!”)

1.5.7. Kommentelés és nyelvhasználat

1.5.7.1. „Minimalizálók” használata

A kommentelők (n=488/600) megközelítőleg háromnegyede (74,39%-a) használ tudatosan rövidített – szóróvidítéssel, betűszóalkotással vagy jelentéstapadással keletkezett – szóalakokat, szószerkezeteket (a továbbiakban: „minimalizálókat”, ezekről bővebben l. Istók 2017a: 170–171) a hozzászólásaiban (pl. *Fabre < Fabregas*; *BBC < Bale, Benzema, Cristiano Ronaldo*; *Bayern < Bayern München*).



13. ábra: A „minimalizálók” használata és az életkor összefüggése

A grafikonból (13. ábra) kiolvasható, hogy minél fiatalabb egy felhasználó, annál nagyobb a valószínűsége annak, hogy használ futballnyelvi rövidítéseket. Míg az általános iskolások több mint 90%-a (92,59%-a), addig az 56 év felettieknek már csak a fele „minimalizál”. Feltételezhető ugyanakkor, hogy ez utóbbi számadat még a jelenleginél is alacsonyabb lenne, ha az interneten kívüli médiumokban már évtizedek óta elterjedt *Bayern* (< *Bayern München*) szóalakat nem tüntetem fel a jelenséget szemléltető példák között. Mintavételi hiba okozhatja, hogy az 56 év felettiek közül valamivel többen használnak rövidítéseket a 46 és 55 év közöttiekénél.

A legtöbb adatközlő szerint a minimalizálók a közösségvállalás meghatározó (stílus)eszközei: *Ez mutatja a közösségünket, h közös „nyelvet” használunk. A futball nyelvét.; ezek becézések; személyesebb; Olyan ez mint a szleng. Egy közösségen belül a tagok általában értik.; A bennfentesek egyszerűbben megértik. Familiáris dolgokat csak a saját csapatommal kapcsolatban szoktam említeni.; Így ismertem meg és szoktam meg, ha úgy tetszik: felvettem a szurkolói csoport szokásait; Jól ki lehet szűrni a hozzá nem értőket;).*

A rövidítések előnyét sokan az írásidő csökkenésében látják: *gyorsabb; időt spórolok; az idő pénz... ;).* Az egyik kitöltő szerint ugyanakkor nem is annyira az időnyerés, mint inkább az enyhangúság elkerülése a cél: *Nem azért, mert pl. túl*

sok időt venne el leírni, hogy Manchester United, hanem mert leírni ugyanezt több százszor, na az már kicsit unalmas, ugyanakkor az MU is szerintem pont ugyanazt jelenti, mint a hosszabb verziója.

A kommunikáció egyszerűbbé, átláthatóbbá („olvashatóbbá”) tétele is fontos szempont néhány kitöltő számára: *Az Internetes kommunikáció alapból is egyszerűsített, és ha mindenki érti, miről van szó, természetesen élek az egyszerűsítés lehetőségével.; Egyszerűsítés, ma már mindenki megpróbálja kiragadni a lényegét egy kommentből.; Ha teljesen kiír egy kommentelő mindent akkor nagyobb valószínűséggel nem olvassák el a terjedelme miatt. Manapság a fiatalok többsége nem hajlandó egy-egy hosszabb bejegyzést elolvasni.; Némelyiküknek (a futballistáknak – szerk. megj.: I. B.) hosszú neve van.*

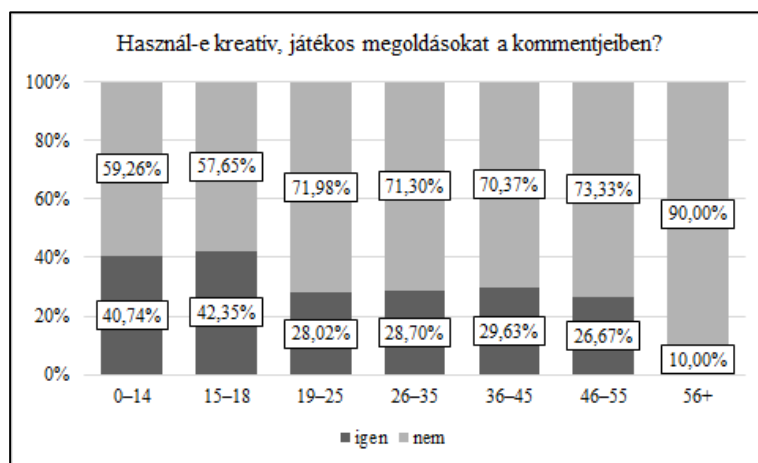
A rendelkezésre álló eszközök is szerepet játszhatnak a szó(alak)-választásban: *Telefonról pötyögni nagyon nem szeretwk. Egyszerűbb ilyen formában.*

A felhasználók egyetértenek abban, hogy a tudatosan rövidített szóalakok ma már megszokottnak és elfogadottnak számítanak (különösen az internetes kommunikációban): *rövidebb, szerintem ma már ez szinte „hivatalosan is elfogadott”, a média is használja; közismertek az ilyen megnevezések; Interneten a közkincs része, mindenki érti, rövidebb leírni.*

Az adatközlők egynegyede (25,61%-a) azonban nem használ rövidítéseket. Ennek leggyakoribb okai a következők: a variánsok megbélyegzése (*A magyar nyelv amúgy is kezd elkorcsosulni, nem támogatom ilyen ostobaságokkal; Nem tartom helyesnek a rövidítést. Magyar ember írjon magyarul.*), a tiszteletadás szándéka (*Megadom a tiszteletet a teljes és helyes hívő leírásával*), a félreértések elkerülése (*Altalában a megevezéseket a teljes formájukkal használom a félreértések elkerülése végett.nem megerőltető, ha 7 billentyűvel többet kell lenyomnom*), a stílus idegensége (*Nem stílusom; mesterkéltnek tartom; gyerekes dolognak tartom; Primitív viselkedésnek tartom.*), a rendelkezésre álló szabadidő (*Ha már van időm kommentelni, legyen időm kiírni a konkrét megnevezését az adott csapatnak, játékosnak.*). Többen ugyanakkor a jelentéstapadással keletkezett csapatnévvariánsok használatát elfogadhatónak tartják: *A Bayern szintű rövidítés még belefér, de az ultrarövidítések meg a buzzword-ök használata már (saját tapasztalataim szerint) elrettenti az olvasót, ha csak egy olyan is van belőlük a kommentben, amit nem ismer. Lustának és belterjesnek hat.*

1.5.7.2. „Hatáskeltők” használata

A kommentelők (n=488/600) megközelítőleg egyharmada (31,15%-a) használ kreatív, játékos – szóvegyüléssel, szándékos szóferdítéssel, szóértelmesítéssel keletkezett – megoldásokat (a továbbiakban: „hatáskeltőket”, ezekről bővebben l. Istók 2017a: 170–171) a hozzászólásaiban (pl. *Bőrszalonna* < *Barcelona*; *Penaldo* < ang. *penalty* ’büntetőrúgás’ + *Ronaldo*; *4rsenal* < 4 + *Arsenal*).



14. ábra: A „hatáskeltők” használata és az életkor összefüggése

A grafikonból (14. ábra) kiolvasható, hogy a fiatalabbak nagyobb arányban használnak hatáskeltőket az idősebbeknél. Míg az általános és középiskolások (0–14; 15–18 évesek) körülbelül 40%-a, addig a fiatal és érett felnőttkorúak (19–25; 26–35; 36–45; 46–55 évesek) több mint egynegyede vagy nem egész egyharmada, valamint az idősebbek (56 év felettiek) egytizede él e játékos, kreatív nyelvi megoldásokkal.

A hatáskeltőkkel egyrészt szórakoztathatjuk önmagunkat vagy azt a szurkolói közösséget, amelynek a tagjai vagyunk, másrészt viszont be is szólhatunk az eltérő nézeteket valló futballkedvelőknek vagy szurkolói csoportosulásoknak. Sokan használják őket a közösségépítő vagy szórakoztató hatásukért: *Mert így viccesebb; Poénos.; szeretek szellemesen fogalmazni.; Nyomatekosít* (pl. egy adott tulajdonságot); *Mert jól hangzanak és lehet rajtuk*

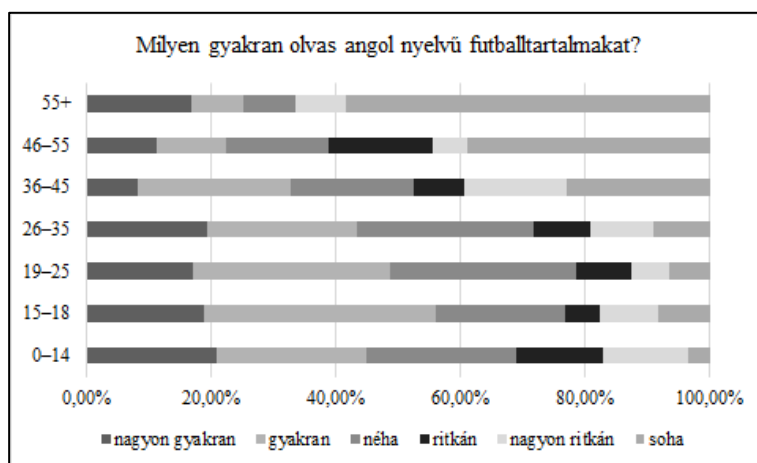
nevetni :D; színesíti a kommentet; Feldobja a kommentet; Jó hangulatot adnak nekem, és a partnereimnek is.; Jopofa; Figyelemfelkeltőek ezek a megoldások.; Erősíti a közösségi érzést; Használok, de csak a „saját” csapatom játékosaira, így senkinek nem sértő.

Számos felhasználó éppen a közösségbomlasztó vagy vitaindító jellegét kedveli e kifejezéseknek: *Ellenszurkolás egy formája; Csűfolódàskèpp; Jól esik gúnyolódni :); Irónia miatt; kifejezem ellenszenvem vele a csapattal szemben. A hatáskeltők terjedéséről vagy „életképességéről” a következő két véleményt is érdemes megemlíteni: Humorosak, míg el nem koptatják őket. Egyébként jól körülírják egy szurkoló/ellenszurkoló lelkületét.; Ha tudatában van vele az ember, ha nem, ezek mögött mindig érzelmek állnak, jobb esetben már minimális valóságtartalom is megtámogatja a dolgot. Ha olyan hangvételi posztot írok, ha a téma engedi, hadd szóljon, a magas labdát le kell ütni. A többségnél komment esetében ez lenézés, fricska is lehet, vélt vagy valós sérelmek miatt, stressz levezetésének egyik rejtett eszköze.*

A hatáskeltők használata az azokat kerülő felhasználók szerint a korrallal összefüggésben állhat: *mert gyerekes; 13 évesen még vicces volt; nem vagyok már 8 éves. Sokan közülük azért sem használnak efféle kifejezéseket, mert közösségbomlasztónak tartják azokat: Az ellenfél nyilvános lekicsinyítése egy közelnévezés alapján nem esik jól senkinek sem, nekem sem esne jól.; nem szeretnék veszekedést indukálni; Sértő lehet másoknak, én se örülök ha az én csapattal csinálják.; provokatív, nem mutat tisztelet, sőt lenéz a másik szurkolóval szemben. Számos adatközlő a stílusidegensége miatt mellőzi ezek használatát: Nem az én stílusom.; Nem vagyok hatásvadász.; Ezek undorítóak :D; Gagyi, szárnalmas; Úgy gondolom minden játékosnak, csapatnak jár a tisztelet. Utálom a rosszindulatú gúnyneveket.; Ez már ízetlenkedés... ez nekem már nem tetszik. Többek szerint a hatáskeltők nem is annyira szellemesek, mint amennyire elsőre tűnnek: Unalmas, fantáziátlan.; Egy része számomra nem kreatív, sőt inkább rosszindulatú.; Véleményem szerint az efféle szóhasználat komolytalanná teszi a tényleges mondanivalót.*

1.5.7.3. Angol nyelvi hatás

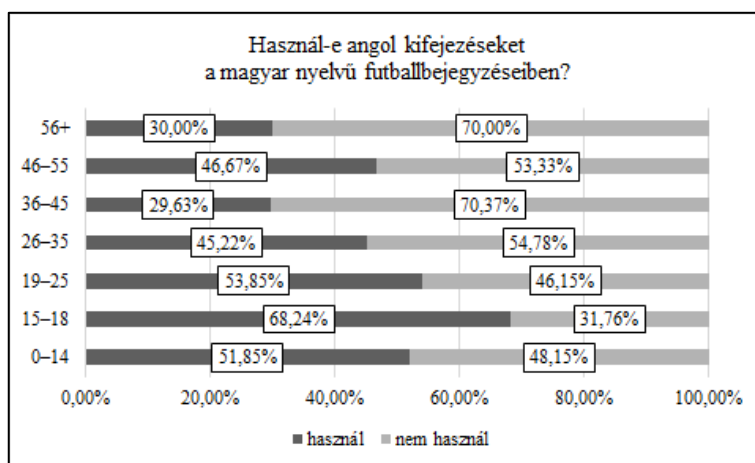
A közösségi oldalakon futballhíreket olvasó adatközlők (n=600/667) 17,00%-a nagyon gyakran, 28,67%-a gyakran (pozitív értékek: 45,67%), 25%,67%-a néha, 8,50%-a ritkán (középértékek: 34,17%), 9,17%-a nagyon ritkán, 11,00%-a pedig soha (negatív értékek: 20,17%) nem olvas angol nyelvű futballtartalmakat (15. ábra).



15. ábra: Az egyes korcsoportok és az angol nyelvű tartalmak olvasásának összefüggése

A középiskolások és a főiskolások, illetve egyetemisták korosztálya olvas a legtöbb angol nyelvű futballtartalmat. A pozitív értékek (nagyon gyakran, gyakran) az előbbi korcsoportnál átlépik az 50%-ot, az utóbbinál pedig megközelítik azt. A 0–14 és a 26–35 évesek pozitív gyakorisági mutatói is meghaladják a 40%-ot. Mindez elsősorban az angol nyelv XXI. századi térhódításával, magas óraszámú oktatásával magyarázható. A grafikonból kiolvasható, hogy az idősebb korosztályok kevésbé fogékonyak az angol nyelvű futballtartalmak olvasására. Míg a 46–55 évesek hozzávetőleg 40%-a, addig az 55 év felettek csaknem 60%-a nem olvas ilyen nyelvű bejegyzéseket.

A közösségi oldalakon kommentelők ($n=488/600$) fele (50,82%-a) használ angol szavakat, kifejezéseket a futballal kapcsolatos hozzászólásaiban. Míg a 25 év alatti korcsoportokba tartozók több mint fele, addig a 25 év feletti korosztályok kevesebb mint 50%-a használ anglicizmusokat posztjaiban és/vagy kommentjeiben (l. 16. ábra).



16. ábra: A futballal kapcsolatos angol kifejezések használata és az életkor összefüggése

A legtöbben úgy vélik, hogy számos angol futballnyelvi terminusnak nincs pontos vagy kifejező magyar megfelelője: *Ha nincs az adott kifejezésre magyar szó (a tükröszélső volt ilyen évekig); Néha elkerülhetetlen (pl. wingback), mert a magyar formulák erőltetettek (pl. itt „szárnyvédő”).; az angol szakzsargon sokkal bővebb, így pontosabb megfogalmazásra van lehetőség; Előfordulhat, hogy angolul jobban tükröződik egy adott szónak, szakszónak a jelentéstartalma.* Mások véleménye alapján a futballnyelvi kifejezéseket akár divatszóknak is tekinthetjük: *Trendi; Stílusos; Mert néha feldobja a kommentet egy-egy angol nyelvű szó; elterjedtebb, és rááll az ember gondolkodása is, „mindenki” így használja őket.* Az egyik kitöltő ráadásul „szakmaibb”-nak érzi a hozzászólását attól, ha az angol kifejezést is tartalmaz. Többen úgy látják, hogy ezek a szavak már teljesen beépültek a mai magyar nyelv szókészletébe: *rengeteg ilyen szó szinte már teljesen „magyarnak számít”; Azért mert már beleolvadt a magyar nyelvhasználatba.* Mások megint pragmatikai célból használják őket: *Néha, ha egy angol szót rövidebb leírni, mint a magyart; Az angol nyelvben rövidebb és egyszerűbb szavak vannak, az ún. Sports Announcer Talk szociodialektus pedig nagyon gazdag szókincsben. Olyan angol szakkifejezéseknek, mint pl. hogy „pressing”, nincs egyszavas magyar megfelelője, a „nyomásgyakorlás” pedig nem épp egy egyszerű vagy magyaros kifejezés. Az angolban külön szó van arra,*

hogy „kapott gól nélkül lehozott meccs”, ami a magyarban 4 vagy 5 szó: *clean sheet*. Stb.; előfordul, hogy előbb jut eszembe az angol kifejezés. Az adatközlők egy kisebb csoportja egy-egy számítógépes játékhoz köti ezek használatát: *Football manager játékból rám ragad*; *Sokat Football Managerezek angolul, és néhány poszt, szerepkör nem pontosan fejezhető ki magyarul, vagy csak hosszan körülírva*.

Az adatközlők nagy része használ angol nyelvű szakkifejezéseket a hozzászólásaiban. E terminusok általában a játék egy-egy elemére utalnak: *pressing* 'letámadás, nyomásgyakorlás'; *possession* 'labdabirtoklás'; *corner* 'szöglet'; *assist* 'gólpasz'; *penalty* 'büntetőrúgás'; *offside* 'les'; *hatrick* 'mesterhármás'; *foul* 'szabálytalanság'; *lineup* 'felállítás'; *starting 11* 'kezdő tizenegy'; *red card* 'piros lap' (kiállítás); *yellow card* 'sárga lap' (figyelmeztetés) stb. Jelölhetik ugyanakkor a játékosok által betöltött szerepköröket is: *CM* < *central midfielder* 'középső középpályás'; *LWB* < *left wing back* 'bal oldali szélső védő'; *box-to-box midfielder* 'sokat mozgó, nagy mezőnymunkát végző középpályás' stb. Számos kifejezésnek a fonetikus írásmódját tüntették fel az adatközlők: *ofszájd* < *offside* 'les'; *körner* < *corner* 'szögletűgás'; *szkáuting* < *scaunting* '(játékos)felderítés'; *pléjoff* < *play off* 'rájátszás'; *pléjör* < *player* 'játékos' stb. A válaszok között találunk köznyelvi kifejezéseket is: *team* 'csapat'; *game* 'játék'; *victory* 'győzelem'; *forever* 'mindörökké'; *great* 'nagyyszerű'; *Yes!* 'Ez az!'; *Proud!* 'Büszkeséggel tölt el!' stb. Nemcsak az általános netszlangnak, hanem az online futballdiskurzusoknak is divatos szóképzleti elemei a netspecifikus akronimák (vö. Veszelszki 2011a): *omg* < *Oh My God* 'Ó, Istenem!'; *pls* < *please* 'Kérlek!'; *btw* < *By The Way* 'mellesleg' stb. A trágár szavak megjelenésére is találunk néhány példát: *fuck* 'bassza meg!'; *fuck you* 'bazzd meg!'; *shit* 'szar' stb. Nagyon gyakoriak az állandósult szókapcsolatok: *Boxing Day* 'karácsony másnapja' (az angol labdarúgó-bajnoksághoz kapcsolható, a benne szereplő együttesek ugyanis december 26-án is pályára lépnek); *Super Sunday* 'szuper vasárnap' (azok a vasárnapok, amelyeken a legjobb csapatok is pályára lépnek); *park the bus* 'leparkolja a buszt' (beáll védekezni); *Champions League* 'Bajnokok Ligája'. Az angol klubok szlogenjei, buzdító rigmusai is angol nyelven terjednek az interneten, a szóbeli gyakorlattal ellentétben azonban nem teljes mondatok, hanem betűszók formájában jelennek meg: *YNWA* < *You'll Never Walk Alone* 'Sohasem mész egyedül'; *GGMU* < *Glory, Glory Man(chester) United* 'Dicsőség, dicsőség a Manchester Unitednek'; *KTBFH* < *Keep the Blue Flag Flying High* 'Szálljon a kék zászló magasan!' stb.

Sokan azért nem használnak angol kifejezéseket az interneten, mert úgy látják, azoknak *van magyar megfelelőjük*. A hiányos idegennyelv-ismeret is fontos szempont lehet a szöválasztásnál: *Nem beszélek jól angolul.; Sok ember nem értené.; kommunikációs alapszabály, hogy a fogadóhoz illik igazítani a közölt tartalmat. Semmi garancia nincs rá, hogy a (magyar) vevő érti az angolt. Ez „öngól”, hiszen a célzott lehet, hogy nem érti, mit akartam kifejezni.* A kitöltők nyelvművelői nézetei is befolyásolhatják a szóhasználatot: *mert nem szeretek magyartalanul fogalmazni; Szeretem valamint fontosnak is tartom művelni az anyanyelvemet.*

1.6. Eredmények, következtetések

A kutatásból kiderült, hogy az internetes futballszurkolásnak vannak a hagyományos (nem internetes) futballszurkolástól eltérő általános és nyelvi jellemzői (pl. bátor megnyilatkozások, online streamek keresése, kommentháborúk, illetve „minimalizálók” és „hatáskeltők” használata, nyelvi igénytelenség). A futballkommentek nyelvezete a más témájú (pl. szórakozás, kultúra, politika) és személyes jellegű (pl. születésnap-i köszöntő, esküvői gratuláció, baráti megjegyzés) hozzászólások nyelvezetétől is eltérhet (pl. lezserebb stílus, több angol kifejezés, vulgáris nyelvhasználat). Az aktív – tartalmakat lájkoló, posztoló, megosztó, de főleg kommentelő – internetes futballszurkolók („fotelszurkolók”) csoportját annak sajátos szokásgyakorlata és e szokásgyakorlat érzékelése, felismerése alapján (pl. a kitöltők 87,83%-a szerint beszélhetünk online futballközösségről) nevezhetjük gyakorlóközösségnek. E közösség ugyanakkor teljesíti a virtuális közösség herringi paramétereit is (2004: 355–356): 1. öfenntartó részvétel (aktív, rendszeresen kommentelő felhasználók); 2. közös történelem (pl. a kedvenc csapat történelméről, egykori játékosairól folyó diskurzus), kultúra (pl. csapathimnusz, -szlogenek ismerete), célok (pl. Bajnokok Ligája-kvalifikáció), normák (pl. sajátos nyelvezet), értékek (pl. elköteleződés egy csapat mellett); 3. szolidaritás, támogatás, kölcsönösség (pl. vélemények lájkolása, vereség esetén is a kedvenc csapatnak való szurkolás); 4. kritika, konfliktusok (az egyes csapatok szurkolói között kialakuló szópárbajok, kommentháborúk, pl. Premier League vs. La Liga; Real Madrid vs. Barcelona; Cristiano Ronaldo vs. Lionel Messi), konfliktuskezelési módszerek (pl. a trollok bannolása ‘letiltása’ egy adott oldalról); 5. csoportidentitás, csoportegkülönböztető jegyek (sajátos szokásgyakorlat, nyelvezet, pl. bizonyos „minimalizálók” és „hatáskeltők” használata); 6. szerepek, hierarchiák (egyszerű

„kommentelők”, „kommenthuszárok”, „szakértők”, „megmondóemberek”, „trollelok”, „divatdrukkerek” megjelenése), irányítás (pl. kommentgyűjtő meccsposzt közzététele a csoportadmin által); rituálék (pl. eredmények megtippelése mérkőzések előtt).

A futballal kapcsolatos Facebook-kommentek többségét 15–35 éves felhasználók írják. Bár szó sincs arról, hogy a fiatalabb korcsoportok gyakrabban posztolnának, kommentelnének vagy osztanának meg futballtartalmakat, mint az idősebbek, mégis jóval láthatóbbak, hiszen sokkal többen vannak jelen az internetes futballtérben. Más szempontból is beigazolódott azon hipotézisem, hogy a fiatalabbak nagyobb részt vállalnak a gyakorlóközösség alakításában: nagyobb arányban trollkodnak, használnak internetes futballnyelvi minimalizálókat, hatáskeltőket és anglicizmusokat, mint az idősebbek.

2. A szóalkotási módok trichotomikus modellje

A beszédhez, az íráshoz és az új beszéltnyelviséghez³ különböző logikai-gondolkodásbeli mintázatok és azoknak megfelelő nyelvi formák kapcsolódnak (Balázs 2005: 29–30). A digitális kommunikációra jellemző kreatív és redukált szemiotikai struktúrák az egyes szóalkotási módok magyar nyelvű grammatikákban – elsősorban az egyetemi tankönyvekben – rögzített státusának a feloldódásához és átértékelődéséhez vezet. E fejezetben (vö. Istók 2017a) a szóalkotási eljárások hagyományos megközelítése (főbb – ritkább) helyett egy trichotomikus modell (gyakori – „gyakoritka” – ritka) bevezetését javaslom.

2.1. Hipotézisek

H1: Az infokommunikációs technológia által determinált internetes nyelvhasználat hatására egyre gyakoribbá válnak a korábban ritkábbnak tartott szóalkotási eljárások.

H2: A közelmúlt és a 20. század második felének magyar összefoglaló nyelvtanai még nem reflektál(hat)nak ezekre a nyelvi változásokra (pl. Tompa szerk. 1961; Balogh–Gálffy–J. Nagy 1971; Rác–Takács 1987 [1959]; Rác szerk. 1988 [1968]; Keszler szerk. 2000; É. Kiss–Kiefer–Siptár 2003; Kiefer szerk. 2003; Adamikné Jászó főszerk. 2007 [1991]; Kiefer főszerk. 2011 [2006]). Mivel a témát érintő, illetve részben feldolgozó magyar (net)nyelvészeti kötetek és monográfiák is csak az ezredforduló után jelennek meg (l. Balázs szerk. 2002; Balázs–Grétsy szerk. 2004; Bódi 2004; Balázs–Bódi szerk. 2005; Biró–Bodó szerk. 2016; Veszelszki 2017), nem vagy alig lehetnek hatással az alább elemzett ismeretanyagra.

³ Walter Ong *secondary orality* (másodlagos szóbeliség) és *secondary literacy* (másodlagos írásbeliség) terminusainak Balázs Géza által használt összefoglaló neve (a kommunikációtörténet három korszakáról l. Ong 1982: 136; a negyedikről l. a vele készített interjú: Kleine–Gale 1996; a magyar nyelvű terminológiáról l. Balázs 2003: 149, 2005: 37–40). A műszó az infokommunikációs technológia eredményezte új nyelvi létmódot jelöli (Balázs 2005: 40).

2.2. A ritkább szóalkotási módok kérdése a magyar nyelvű összefoglaló nyelvtanokban

A ritkább szóalkotási módok produktivitásának és gyakoriságának, valamint azok megítélésének történeti alakulását a Balassa-könyvek (1899, 1943), a 20. század második felének grammatikái és napjaink felsőoktatásban használt nyelvtanai alapján tekintem át a teljesség igénye nélkül.

Balassa József 1899-ben megjelent nyelvtana (*A magyar nyelv*) tudomást sem vesz a ritkább szóalkotási módokról: „Az új szavak alkotásának két módja van: vagy két szó összetételéből lesz új szó, vagy pedig egy szóhoz önmagában jelentéssel nem bíró szóelemet, úgy nevezett képzőt teszünk, s ez által jutunk egy új, az előbbtől eltérő jelentésű szóhoz” (Balassa 1899: 106). A szerző a csaknem fél évszázaddal később megjelent munkájában (*A magyar nyelv könyve*, 1943) a szókincs gazdagodásának „két módja” mellett már „a hosszú szavak rövidítését” és „a nagyobb összetett szavak, címek, cégek, vállalatok kezdőbetűiből vagy első szótagjaiból” alkotott „új neveket” (mozaikszókat) is megemlíti. Ezek terjedését a kor gazdasági és politikai életének jelentős átalakulásával magyarázza (172).

A 20. század második felének nyelvtanai a Balassa-féle grammatikákkal szemben a szóképzés, a szóösszetétel, a szórövidülés és a mozaikszó-alkotás mellett már a szóalkotás egyéb, a korra jellemző válfajaival is foglalkoznak. Mindez azzal magyarázható, hogy az ezredfordulóhoz közeledve egyre divatosabbá válnak az addig improduktív vagy nagyon ritkán előforduló szóalkotási eljárások.

A mai magyar nyelv rendszere című tankönyv (Tompá szerk. 1961) a korábbi munkákkal ellentétben (pl. Balassa 1899, 1943) már egy teljes fejezetet szentel a ritkább szóalkotási módoknak (*VIII. A szóalkotás ritkább módjai*; 459–471), a két fő eljárással szemben azonban még mindig kisebb jelentőséget tulajdonít nekik: „Új szavaknak más szavakból való alkotására további, a képzéshez vagy az összetételhez mérhetően termékeny módunk nincs”. A „nyelvtani szabályokhoz csupán többé-kevésbé köthető” szóalkotási módok a tankönyv szerint „szórványosak, s meglehetősen különböznek is egymástól” (Tompá 1961: 459), az „idegen nyelvi minták szándékos utánzásaképp” meghonosult betűszóalkotások és szóösszevonások viszont a kor gyakran használt szóalkotási műveletei (460). Az akadémiai nyelvtan a ritkább szóalkotási módok következő típusait tárgyalja: elvonás, hangrendi párhuzamok keletkezése, népetimológia, szóvegyülés, szóalakutánzás, szóhatár-eltoldódás,

szórövidítés, egyszerejtés (haplológia), szócsonkítás, szándékos szóferdítés, szóösszevonás és betűszóalkotás (461–471).

A *mai magyar nyelv kézikönyve* (Balogh–Gálffy–J. Nagy 1971) a szóalkotás „gyakoribb módjai” közé a szóképzést és a szóösszevonást, a „ritkább” jelzővel jelölt csoportba pedig a szóelvonást, a szóvegyítést, a szóalakváltoztatást (szórövidítést, illetve szócsonkítást) és a mozaikszó-alkotást (szóösszevonást és betűszóalkotást) sorolja (l. J. Nagy 1971: 88–89). Ez utóbbiról ugyanakkor megjegyzi, hogy a kor egyik nagy divatjának tekinthető, ami elsősorban „a célszerű rövidségre való törekvés[sel]” magyarázható (90).

A *Kis magyar nyelvtan* (Rácz–Takács 1987) „a szóalkotás ritkább módjai” között csak a szóelvonást, a szórövidítést és a mozaikszókat említi (l. Rácz–Takács 1987: 197–200).

A *mai magyar nyelv* című egyetemi tankönyv (Rácz szerk. 1988) a szókészlet gazdagodásának legjelentősebb módjának szintén a szóképzést és a szóösszetételt tartja (l. Velcsov Mártonné 1988: 114). A *szóalkotás ritkább módjai* című fejezet (Velcsov Mártonné 1988: 166–169) mélyrehatóbban csupán a szóelvonást, a szóhasadást és a mozaikszók alkotását tárgyalja, az egyéb eljárások előfordulására (szóvegyülés, népetimológia, szóhatár-eltolódás, szóalakutánzás) viszonylag kevés esélyt lát: „[Ezek] ma már legfőljebb kivételesen hoznak létre új szót” (Velcsov Mártonné 1988: 168).

A *Magyar grammatika* című egyetemi tankönyv (Keszler szerk. 2000) az ikerítést, a szórövidülést, az elvonást, a mozaikszó-alkotást, a szóhasadást, a népetimológiát, a köznevesülést és az elemszilárdulást sorolja „a ritkább szóalkotási módok” közé. Lengyel Klára szerint a mozaikszó-alkotás, a rövidülés és az ikerítés „termékenyebb típusok”, „igen ritka” viszont a népetimológia és a köznevesülés (Lengyel 2000a: 341).

A *magyar nyelv kézikönyve* (Kiefer szerk. 2003) szerint a „ritkább szóalkotási módok” (jel- és ragszilárdulás, szórövidülés és rövidítéses továbbképzés, elvonás, szóhasadás, mozaikszó-alkotás; l. Gerstner 2003: 149–152) nem terjedtek el olyan általánosan, mint a szóképzés vagy a szóösszetétel (148).

Az *Új magyar nyelvtan* (É. Kiss–Kiefer–Siptár 2003) kizárólag a szóképzést és a szóösszetételt tárgyalja, meg sem említi a ritkább szóalkotási módokat (l. Kiefer 2003).

A *magyar nyelv könyve* (Adamikné Jászó főszerk. 2007) című tankönyv a szóösszetételt és a szóképzést tekinti „a két legfőbb szóalkotási mód[nak]”, az egyes „ritkább szóalkotási módok” – szóelvonás, szórövidülés, mozaikszó-alkotás, szóösszevonás, szóvegyülés, népetimológia, köznevesülés, elemszilár-

dulás, szóhasadás – közül pedig a szórövidülést és a betűszóalkotást tartja „jóval gyakoribb[nak]” a többinél (l. Cs. Nagy 2007: 293).

A *Magyar Nyelv* című kézikönyv (Kiefer főszerk. 2011) szerint „a ritkább szóalkotási módok [...] soha nem voltak olyan széles körűek” (Gerstner 2011: 471–472), mint „a két legfontosabb” szóalkotási művelet, a szóképzés és a szóösszetétel (465). Ezek közül a tankönyv a jel- és ragszilárdulást, a szórövidülést és rövidítéses továbbképzést, az elvonást, a szóhasadást, valamint a mozaikszó-alkotást tárgyalja (471–476). Ez utóbbiról néhány fentebb említett nyelvtanhoz hasonlóan megjegyzi, hogy „a 20. század közepén terjedt el, és még ma is igen termékeny” (475).

Az áttekintésből kiderül, hogy a magyar nyelvű szintetizáló grammatikák a szóképzéssel és a szóösszetétellel szemben sokkal kisebb jelentőséget tulajdonítanak az általában ritkábbnak nevezett szóalkotási eljárásoknak (H2 → ✓).

2.3. Netologizmusok – megnevezők, hatáskeltők, minimalizálók?

Az internetes kommunikáció során létrejövő, illetve terjedő új szavakat és kifejezéseket Kimberly Ann Witten (2012, 2014) és Veszelszki Ágnes (2014a, 2014b) netologizmusoknak nevezi. A villámgyorsan és dinamikusan változó netszókincs szerves részét alkotó netologizmusokat funkcionális szempontból három szócsoportra osztom. A *megnevezők* (vö. fogalmi neologizmusok, Szathmári 2004: 154) a digitális kommunikációhoz szorosan kapcsolódó új fogalmakat jelölik, a *hatáskeltők* (vö. stilisztikai neologizmusok, Minya 2011: 22–23) meghatározott stílusú igénnyel jönnek létre (humorkeltés, meghökkentés, önkifejezés, figyelemfelkeltés, provokálás stb.), a *minimalizálók* (vö. formai neologizmusok, Szathmári 2004: 154) pedig alakú egyszerűsödés révén csökkentik az írásidőt. A szóalkotás felől nézve releváns különbség mutatkozik az első és a második–harmadik típus között. Míg a megnevezők sokszor szóképzéssel (pl. *posztol*, *lájkol*, *kommentel*, *facebookozik*, *twitterezik*, *szelfizik*; a digilektusra jellemző versengő igeeképzőkről l. Veszelszki 2011b: 161–163, 2017: 94–97) vagy szóösszetétellel (pl. *idővonal*, *profilkép*, *szelfibot*, *Google-fiók*, *Facebook-függő*; l. Veszelszki 2017: 98–99), addig a hatáskeltők⁴ szövegyítéssel (pl. *Kassai Viktor + Real Madrid > Kassaidrid* ’a magyar játékevezető egy Bajnokok Ligája-mérkőzésen sokak szerint a spanyol csapatot segítette ítéleteivel’), szóértelmesítéssel, illetve szándékos szóferdítéssel (pl. *fájl*

⁴ A futballal kapcsolatos példák az internetes futballszleng általam felállított korpuszából valók (l. 3. fejezet).

> *filé*; *ICQ* 'egy népszerű csevegőprogram neve' > *Icuka*; *bann* 'kitiltás vmilyen oldalról, fórumról, csetszobából stb.' > *banán*), a minimalizálók pedig szórövidítéssel (pl. *tessék* > *tess*; *figyelj* > *figy*; *szívesen* > *szív*), jelentéstapadással (pl. *Real Madrid* > *Real*; *Manchester United* > *Manchester*; *Bayern München* > *Bayern*)⁵ vagy mozaikszó-alkotással (*Roll On The Floor Laughing* 'a padlón gurul a nevetéstől' > *ROFL*; *Be Right Back* 'mindjárt itt vagyok' > *BRB*; *By The Way* 'mellesleg' > *BTW*) keletkeznek.

2.4. A ritkább szóalkotási módok kérdése napjainkban

Az alábbiakban néhány olyan 2010 (a Facebook magyarországi térnyerése) után megjelent könyvre és tanulmányra hivatkozom, amely a felvetett problémát a fentebb vizsgált nyelvtanokkal szemben legalább részben másképp, illetve az általam felvázolt struktúrába (l. trichotomikus modell) illeszthetően tárgyalja.

Minya Károly *A mai magyar nyelvújítás* című könyvének (2011) egy külön fejezetében foglalkozik az internetes szleng neologizmusaival, köztük a ritkább szóalkotási eljárásokkal – a rövidítéssel és a betűszóalkotással – létrejövő kifejezésekkel (56–58). A szerző a világháló szókinsét két funkcionálisan elkülönülő „szócsoporthoz” látja: „A számítástechnika szókészlete nemcsak szaknyelvként robbant be a mai magyar nyelvbe, hanem tömegesen hoz létre bizalmas használatú, illetőleg játékos, tréfás és szemléletes szlengszavakat is, valamint ötletes magyarításokat.” Ezeket Minya többek között szórakoztatónak, humorosnak, képszerűnek és a hétköznapi kifejezések köréből is kiemelkedőnek tartja, ugyanakkor felhívja a figyelmet arra, hogy csak a „nagyon találó és hasznos” szóalakok válhatnak köznyelvvé, egy bizonyos részük a divatszókhoz hasonlóan gyorsan elavul (Minya 2011: 56).

A digitális kommunikáció szókészletét feldolgozó *Netszótár* a digitális nyelvhasználat legfontosabb jellemzői között az angol nyelv hatása, a helyesírási normától való eltérés, a képszerűség és az új szókins létrejötte mellett a rövidítések használatát is megemlíti (Veszelszki szerk. 2012: 5).

Zimányi Árpád a *Szókészleti és morfológiai változások a mai magyar nyelvben* című monográfiájában azzal indokolja a ritkább szóalkotási módok elemzésének szükségességét, hogy azok a magyar nyelv morfológiájának

⁵ A felsorolt példák ugyan nem neologizmusok, nagyfokú terjedésük mégis a futballal kapcsolatos Facebook-hozzászólásokkal magyarázható. A komment mint a digitális kommunikáció egyik legnépszerűbb műfaja sokszor még az előszónál is jobban támogatja a minimalizálók – köztük a jelentéstapadással létrejövő szavak – terjedését.

„kevésbé feldolgozott területei közé tartoznak” (2013: 46). Hiányosnak nevezi a szóvegyülés, a csonkítás (rövidülés) és a szóértelmesítés (népetimológia) adatolását, valamint alaktani elemzését (47). A vonatkozó fejezet (*A ritkább szóalkotásmódok mint morfológiai tényezők*; 46–54) végén megjegyzi: „[...] bizton állíthatjuk, hogy a ritkább szóalkotási módoknak nevezett esetek valójában nem is olyan ritkák mai nyelvhasználatunkban” (54).

Hasonlóan vélekedik a problémáról Lőrincz Julianna is, aki egy 2016-os tanulmányának címadó kérdésére – „Ritkák-e a ritkább szóalkotási módok?” – a következő választ adja: „A [...] korábban ritkább szóalkotási módok közül ma nem egyformán ritka mindegyik. [...] A jelentéstapadással létrejött szavak ma nagyon gyakoriak a diáknyelvben, a beszélt és írott médiumfajok nyelvében, a sportnyelvben, az internetes nyelvhasználatban” (2016: 152).

A Szerdi Ilonával végzett 2016-os kérdőíves felmérésünkéből kiderül (Istók–Szerdi 2016a: 66–69; vö. Bódi 2004: 190–211), hogy a digitális kommunikáció legfőbb ismérve az írásidő csökkentésére való törekvés (a „minimalektális” tendencia).

Veszelszki Ágnes a *Netnyelvészet* című monográfiájában (2017) a digilektus szókészletbeli-nyelvtani jellemzői közé az informatikai szókincs átvételét, az angol nyelvi hatást, az új szóalkotások, valamint kollokációk nagymértékű használatát sorolja (90). A szerző 2008 óta 677 új, a digitális kommunikációhoz szorosan kapcsolódó szót, illetve kifejezést gyűjtött össze (92). Az így felállított lexémakorpusz 130 képzett szót (pl. *zippelés* ’becsomagolás, tömörítés’; *ikszdézik* ’az XD emotikonhoz hasonlóan mosolyog, nevet’; *bippel* ’egyszer megcsörget’; 92–97) és 90 szóösszetételt (pl. *spamszűrő* ’a kéretlen elektronikus leveleket kiszűrő funkció vagy program’; *IP-cím* ’a számítógép azonosítását szolgáló számsorozat’; *überface* ’nagy arc, menő ember’; 98–99) tartalmaz. Külön fejezetben (100–103) foglalkozik Veszelszki a szócsonkítással (pl. *csörrents*, *csörögj* ’hívj’ > *csörr*; *remélem* > *rem*; *telefon* > *fon*; 101), szóelvonással – ezen belül a jelentéstapadással (100) – és szóösszerántással⁶ (pl. *szerintem* > *sztem*; *megyek* > *mek*; *valószínű* > *vszínű*; 101–102) keletkezett új szavakkal (saját összefoglaló terminusommal: a minimalizálók). *Egyéb szóalkotási módok* címszó alatt (103–105) részletezi „a hagyományos grammatikák szóalkotási típusaiba” nem illeszkedő „szógyártó” műveleteket (*ksz* > *x*: *működik* > *műkszik* > *műxik*; számhomofónia:

⁶ Veszelszki azt a szóalkotási eljárást nevezi így, „amelynek során az eredeti szó közepe marad ki” (2017: 101).

ötlet > 5let; meg- > + -: megcsinálom > +csinálom), a kiejtés szerinti átírást (pl. légy szíves > lécci; egyszer > eccer; ang. what > wot); a mozaikszó-alkotást (pl. Power Point-prezentáció > ppt; Facebook > FB; rszü > rövid szöveges üzenet); a szóvegyülést (pl. spam + szemetel > szpemetel)⁷ és a szándékos szóferdítést (pl. e-mail > emil; ang. lame 'ügyetlen, béna' > láma; ang. game > gamma). Ezen a helyen tárgyalja a szerző „a tágabb szókinszbővítési módok közé” sorolt szóátvételt, szókölcsonzést (pl. változatlan írásforma: browser 'böngésző; fonetikus írásmód: feature 'jellemző' > ficsör; tükörfordítás: Bluetooth > kékfog) és a jelentésbővülést (pl. mappa 'irattároló' és 'tárolási hely számítógépen'; ráír 'tetejére ír' és 'cseten beszélgetést kezdeményez egy másik személlyel').⁸

E szinopszis alapján beigazolódni látszik azon feltevésem, hogy a felsőoktatásban is használt magyar nyelvtanok által a legtöbbször ritká(bb)nak nevezett szóalkotási módok mára divatossá váltak (H1 → ✓).

2.5. Gyakori, ritka vagy „gyakoritka”?

Mivel a szóalkotási módok főbb és ritkább jelzőkkel való címkézése figyelmen kívül hagyja napjaink nyelvi változásait, a klasszikus megközelítés helyett egy trichotomikus modell bevezetését javaslom (l. 5. táblázat). A „szógyártó” műveletek két osztályát (gyakori, ritka) egy harmadik, dinamikusan alakítható – a csoportok közötti átjárást lehetővé tevő – kategóriával (gyakoritka) egészíteném ki. A *gyakoritka* jelző a saját fogalmam, amely a *szóalkotási módok* terminussal szószerkezetet alkotva a különböző nyelvtanok által ritkábbnak nevezett, de (elsősorban) a digitális kommunikációnak köszönhetően mára már gyakorivá vált szóalkotási eljárások együttes megnevezése (vö. Istók 2016). A kifejezés a *gyakori* és a *ritka* jelzők vegyülésével jön létre, ennél fogva metainformációt kódol az egyik általa jelölt fogalomról, a szóvegyülésről. „Gyakoritka” szóalkotási módnak tartom a szórövidítést, a jelentéstapadást, a

⁷ Bár Veszelszki adatbázisában csak egyetlen lexikai blend található, mégis divatos szóalkotási eljárásról van szó: l. digitális futballszleng (3. fejezet) és filmcímek (pl. csali + palimadarak > Csalimadarak; dinka + dinoszauruszok > Dinkoszauruszok; nő + örültek > Nőörültek; Minya 2011: 115–116). A www.filmkatalogus.hu honlapon található nyelvi példák alapján Minya a következőt állapítja meg: „A ritkább szóalkotási mód összességében nagyobb számban érvényesül, mint a szóösszetétel, tehát a filmcímek figyelemfelkeltő erejét, szellemességét, humorát ebben (is) látják a filmfordítók. A szóképzés pedig a legkevésbé jellemző a filmcím-neologizmusok megalkotásakor” (2011: 79).

⁸ A bekezdésben olvasható nyelvi példák és azok jelentései szintén a vizsgált könyvből valók (l. Veszelszki 2017: 90–105).

mozaikszó-alkotást (minimalizálók), a szóvegyítést, a népetimológiát, illetve a szándékos szóferdítést (hatáskeltők).

5. táblázat. A szóalkotási módok újszerű rendszerezése (vö. Istók 2016)

A szóalkotási módok trichotomikus modellje		
gyakori	„gyakoritka”	ritka
szóképzés szóösszetétel	szórövidülés jelentéstapadás mozaikszó-alkotás szóvegyülés szóértelmesítés / szándékos szóferdítés	ikerítés elvonás szóhasadás köznevesülés elemszilárdulás

3. Az internetes futballnyelvhasználat szóalkotásai

A második fejezetből kiderült, hogy az elmúlt években az internetes nyelvhasználat hatására gyakorivá vált néhány korábban ritká(bb)nak tartott szóalkotási mód (Istók 2016, 2017a; Lőrincz 2016; Zimányi 2013: 54). E fejezetben (vö. Istók 2018b) az általam „gyakoritkának” nevezett szóalkotási műveletekkel (Istók 2016, 2017a) létrejövő internetes futballszleng-kifejezéseket elemzem formai és jelentésbeli szempontból. Összegyűjtöm és megvizsgálom azokat a nyelvi elemeket, amelyek a futballvilág ismert tulajdonneveinek (személy- és klubneveinek) a lazításával (szóróvidítés, jelentéstapadás, mozaikszó-alkotás), torzításával (szándékos szóferdítés, szóértelmesítés) és kreatív továbbgondolásával (szóvegyítés, mozaikszó-alkotás) keletkeznek.

3.1. Módszertani keret

3.1.1. Célok

A lexikai egységek dokumentálásának a célja nem egy reprezentatív mintát tartalmazó szótár elkészítése – a munkám terjedelmi keretei és a rendelkezésre álló módszerek ezt nem is teszik lehetővé –, hanem egy olyan minikorpusz felállítása, amelyen kvalitatív elemzéseket tudunk elvégezni. A vizsgálat célja feltárni a szóban forgó nyelvi elemek típusait, a digitális diskurzusokban betöltött funkcióit, valamint a világhálón való terjedésük és „túlélésük” feltételeit.

3.1.2. Hipotézis

A második fejezetből kiderült, hogy néhány, a magyar nyelvtanok többsége (pl. Tompa szerk. 1961; Rác szerk. 1988 [1968]; Keszler szerk. 2000; Adamikné Jászó főszerk. 2007 [1991]) által ritká(bb)nak nevezett szóalkotási mód mára divatos, gyakran használt műveletté („gyakoritkává”) vált. Hipotézisem szerint a „gyakoritka” szóalkotási módok nemcsak a diákszlengnek (l. Vasné Tóth 2010: 155–159), a csetkommunikációnak (l. Simon 2014), a reklámoknak (l. Veszelszki 2010b: 181–183) és a film(cím)eknek (l. Minya 2011: 79), hanem a digitális kommunikáció futballregiszterének is a népszerű szógyártó műveletei.

3.1.3. Módszerek

Domonkosi Ágnes egy 2005-ös tanulmányában az internetes nyelvhasználat empirikus megismerésének három főbb lehetőségét vázolja fel – a kérdőíves módszert, a megfigyelést és a korpuszelemzést –, a sikeres kutatás feltételét azonban a módszerek adekvát felhasználásában és kombinálásában látja (Domonkosi 2005: 143–158). Az adatgyűjtést a Domonkosi által javasolt módszertani keretet figyelembe véve – a megközelítésmódokat a vizsgálati céloknak megfelelően „vegyítve” – terveztem meg. A kutatást a fenti szempontok alapján három szakaszra osztottam.

(1) Az outputok egy töredékét aktív (1/A), jóval nagyobb részét viszont passzív módszerrel (1/B) gyűjtöttem össze.

(1/A) A Facebook *Csak a Chelsea* nevű szurkolói oldalán és a *The SHED – Hungary* nevű zárt futballcsoportjában a *poszt/kérdés – komment/válaszok* módszert alkalmaztam. Számos nagyobb szurkolói oldalt is felkértem a kérdések megosztására, az említett két felületen kívül azonban valamennyien visszautasították az együttműködést (pl. nem illik a profiljukba, nem szeretnének ebből gyakorlatot csinálni), vagy figyelmen kívül hagyták a megkeresést. A fentebb megnevezett két felületre a következő két kér(d)ést posztol(tat)tam ki:

(a) Olyan futballal kapcsolatos tulajdonneveket keresek, amelyek magyarítással, szóvegyítéssel vagy szándékos szóferdítéssel keletkeztek. Gondolok itt elsősorban az ellenfél szurkolói által előszeretettel használt kifejezésekre: *Penaldo*, *Missi*, *Bórszalonna*, *Real Margit*, *Műringyó*, *Foscar* stb. Ha ismertek ezekhez hasonló szavakat, kommentben várom őket.

(b) Milyen futballal kapcsolatos szórövidítéseket (*Lamps*, *Schweini*, *Barca*) és betűszókat (*MU*, *CR7*, *MSN*) ismertek?

A *poszt/kérdés – komment/válasz* módszer mellett az online kérdőíves adatgyűjtéssel (pl. a Google-ürlappal) szemben a következő, egymással erősen összefüggő érvek szólnak: (a) alacsony kérdésszám; (b) a hiperhivatkozások (további kattintások) elkerülése; (c) közvetlenség; (d) az egyes tagok válaszainak kölcsönös láthatósága; (e) csoportszellem (láncreakció); (f) az ismétlődő válaszok elkerülése. A módszer legnagyobb előnyét a nyelvi adatok gyors felhalmozásában, hátrányát pedig a kontextus, illetve ko-textus hiányában látom.

(1/B) A közösségi oldalak (Facebook, Twitter, Google+) üzenőfali bejegyzéseinek (posztok, kommentek, reakciógombok) nyelvhasználata elsősorban passzív, ún. beavatkozásmentes adatgyűjtéssel tárható fel (vö. Domonkosi 2005: 151–153). Domonkosi szerint ez a megközelítésmód alkalmas a nyelvi játékosság és durvaság, a többértelműség, a félreérthetőség, valamint az internet szókészletének és a netszlengnek a sikeres leírására (153–154). Egy adott kifejezés jelentésének pontos körülhatárolását a ko-textus, vagyis a nyelvi környezet (a fogalomról l. Yule 1996: 21–22; Verschueren 1999: 104–106; Tátrai 2004: 482–483) és a tematikus kontextus (l. Tátrai 2004: 481–483) teszi lehetővé. A passzív módszer előnye tehát az összegyűjtendő nyelvi elemek környezetének a megléte, direkt értelmezhetőségének a lehetősége. A résztvevői megfigyelést egy éven át (2017. januárjától 2018. januárjáig) végeztem. Naponta olvastam végig a véletlenszerűen kiválasztott futballal kapcsolatos Facebook-oldalak és -csoportok aktuális bejegyzéseit, a vizsgált felületek által kedvelt további oldalak követésének bekapcsolása (l. hólabda-módszer) pedig hozzájárult a kutatott nyelvi elemek egyoldalúságának az elkerüléséhez.

(2) A kutatás során nagyon kevés, a kontextus, illetve ko-textus nélkül (1/A) vagy pedig a nyelvkörnyezetében is nehezen értelmezhető kifejezést (1/B) találtam. Ezeket egyrészt a Google keresőprogram, másrészt a fentebb említett csoport (1/A) segítségével (*Mit jelent a ... kifejezés? Mikor használok?*) kontextualizáltam, illetve ko-textualizáltam.

(3) Az összegyűjtött outputok terjedését és „élethosszát” befolyásoló tényezőket kvalitatív elemzés alapján formai és jelentéstani feltételekhez kötöm.

3.2. Internetes futballszleng

A digitális kommunikáció szó- és kifejezőkészletének érdeklődési körök és fogalmi tartalmak (sport, politika, gasztronómia stb.) szerinti elemzése mint vizsgálati lehetőség általában elkerüli a kutatók figyelmét: az internet szlengjét – az ún. cyberszlenget – a legtöbben kizárólag a számítástechnikának, különösképpen az internetnek mint témakörnek a (sokszor idegen nyelvű) szókincsével (pl. *privi* ’személyre szóló üzenet’; *(ki)bannol* ’letilt egy oldalról’; *lehúz* ’letölt valamit az internetről’) és a csevegőprogramok közszlengjével (*nm* ’nincs mit’; *pill* ’pillanat’; *micsi?* ’mit csinálsz?’) azonosítják. Nem szabad azonban megfedkezünk a különböző érdeklődési körök alapján elkülönülő szlengokról és szakzsargonokról sem, azok ugyanis nemcsak élőszóban vagy papíron, de digitális szövegekben egyaránt megjelenhetnek: „A futballszlengek

kialakulását korábban két földrajzi kiindulásra vezethettük vissza: a kocsmákra és a lelátókra. Mostanra az interneten is egyre több kifejezés alakul ki. Többnyire ezek épültek be a kommentárok szótárába, ahonnan aztán szélesebb körben ismertek lettek” – írja Szabó Dániel egyik cikkében (2014).

Az internetezők szlengje iránti magyar akadémiai érdeklődés kezdete az ezredforduló utáni évekre tehető: 2002-ben jelent meg a magyar netnyelvészet első könyve, a Balázs Géza által szerkesztett *Informatikai technológia és nyelvhasználat* című kötet, amely számos kiváló írást tartalmaz a szleng és az internet kapcsolatáról (pl. Novák 2002; Rónaky–Muráth 2002; Tóth 2002).

Kis Tamás, napjaink szlengkutatásának egyik jelentős magyar képviselője több ezerre becsüli a szlengről írott tanulmányok számát, ennek következményét pedig a kutatók Antti Penttinen tartható, ám nyelvészeti szempontból kevésbé vagy egyáltalán nem hasznosítható elgondolása iránti fogékonyságában látja: a szlenget „mindenki ismeri, de senki sem tudja meghatározni” (Penttinen 1984: 10, idézi: Kis 1997: 240; vö. Roberts 2002: 131).

A magyar szakirodalomban a szleng definiálásának elsősorban szociolingvisztikai szempontú megközelítése terjedt el: „a szleng csoportnyelv (szociolektus), mely kis létszámú, hosszú időt együtt töltő, azonos foglalkozású vagy érdeklődési körű csoportokban születik, és fontos társadalmi szerepet is betölt ezekben a közösségekben: erősíti az összetartozás érzését, és elkülöníti az adott közösséget a többitől” (Kis 1997: 246).

Schirm Anita a különböző definíciók alapján arra a következtetésre jut, hogy a szleng egy „olyan lexikai részhalmaz, amely a nyelv nemsztenderd elemeinek tartományába tartozik” (2002: 21), tisztán szlengelemekből felépülő nyelvhasználat ugyanakkor nincs, mivel a gyakorlatban a szleng más nyelvrétegekkel, például a sztenderddel együtt fordul elő (i.m. 21–22). Fontos azonban megjegyezni, hogy a szleng nemcsak a lexikológia, hanem a stilsztika felől is megközelíthető: Kis például beszédstílusként, illetve Bahtyin (1988: 246) terminusát kölcsönözve beszédműfajként tekint a szlengre. Szerinte az a szó- és kifejezőkészlet számára csak másodlagos, a beszédműfajnak mint elsődleges kategóriának a tipikus velejárója (Kis 1997: 244–246).

Az internetről összegyűjtött nyelvi elemek elméleti körülhatárolásához Lukácsi Linda definíciójából indulok ki: „A szleng olyan [1.] sajátos nyelvhasználati-stilisztikai forma, beszédmód, mely [2.] egy adott csoporthoz való tartozást fejezhet ki, illetve [3.] sajátos kifejezés- és szókészlettel rendelkezik. Legfontosabb tulajdonsága, hogy [4.] élőszóban terjed, [5.] elkülönül mind a köznyelvtől, mind a szaknyelvtől. [6.] Betöltheti a rövidítés,

egyszerűsítés, a játékosság, a kifejezőképesség, poétikusság, metaforikusság funkcióját” (2007: 7, a számozás tőlem – I. B.; vö. Péter 1999: 32).

Az alábbiakban a meghatározás általam kijelölt pontjait vizsgálom a felállított minikorpusz felől. [1.] Beszédmódon Péter Mihály a nyelv használatának olyan változatát érti, amelyet a beszélő bizonyos attitűdje, beállítottsága határoz meg (1999: 32). A minikorpuszban található legtöbb nyelvi példa a rivális csapatokkal, azok játékosaival és szurkolóival szembeni önmeghatározás bizonyítéka, illetve [2.] az egy adott csoporthoz – valamelyik futballklub (közösségi) szurkolótáborához – való tartozás, ennél fogva a szolidaritás kifejeződése. A legtöbb outputot a Facebook legnagyobb magyar nyilvános – mindenki számára hozzáférhető – szurkolói futballközösségei szolgáltatják. Ezek közé a teljesség igénye nélkül a következők tartoznak (zárójelben az adott közösség kedvelőinek a kerekített számát találjuk, 2018. 01. 26.): *FC Barcelona Magyarország* (92 ezer), *FC Barcelona Hungarian Supporters Club* (85 ezer), *HúngaroBarça* (72 ezer), *penamadridista.hu* (67 ezer), *Real Madrid rajongói oldal* (56 ezer), *Madridom.hu* (48 ezer), *Madridista.hu* (52 ezer), *FC Barcelona – Magyarország* (34 ezer), *PannonBajor.hu* (26 ezer), *Magyar Chelsea Szurkolói Klub* (23 ezer), *Csak a Chelsea* (18 ezer), *Juventus Hungary* (21 ezer), *Real Madrid Hungary* (21 ezer), *Real Madrid (HUN)*, *Eurobarca* (19 ezer), *bayernszektor.hu* (18 ezer), *Manchester United rajongói oldal* (16 ezer), *Real Madrid Magyarország* (14 ezer), *FC Barcelona Hungarian Fan Club (Hungarian Culés)*, *Útwenger* (11 ezer). A felsorolás nem tartalmazza a magyar csapatok hivatalos Facebook-oldalait, csupán a külföldi klubok általam felkutatott magyar szurkolói csoportosulásait. A fenti adatok alapján a legnagyobb magyar online szurkolói bázissal a Barcelona, a Real Madrid (mindkettő a spanyol La Ligából), a Bayern München (a német Bundesligából), a Chelsea, a Manchester United és az Arsenal (mindhárom az angol Premier League-ből) csapatai rendelkeznek. A felsorolt oldalak mellett számos kisebb – nyilvános, zárt és titkos – csoport is működik az interneten. E közösségek kedvelőinek a száma általában jóval alacsonyabb a fent megnevezett oldalakéinál (vö. az adatgyűjtés egyik meghatározó színtere: *The SHED – Hungary*, 1803 tag).

Mivel a titkos csoportokat a Facebook keresője nem listázza, a láthatatlan közösségekhez való csatlakozás kizárólag meghívás által lehetséges. A nyilvános csoportok bejegyzéseit mindenki láthatja, a zárt csoportokban közzétett tartalmakhoz viszont csak az adott csoport tagjai férhetnek hozzá. Egy nyilvános vagy zárt csoporthoz való csatlakozási kérelmet, amely a „+

Csatlakozás a csoporthoz” gomb megnyomásával jelezhető, beállítástól függően a csoport adminisztrátora, moderátora vagy a tagok valamelyike hagyhatja jóvá, illetve utasíthatja el. A profilképük vagy az adatlapjuk alapján ellenszurkolóként, vagyis potenciális trollként azonosított felhasználók csatlakozási szándékát az arra feljogosított fél megtagadhatja. Az elutasítás oka az internetes trollok nem kívánatos csoporttevékenységében keresendő: „A troll a számítógép közvetítette diskurzusok (computer-mediated discourses, CMD) azon résztvevője, akinek igazi célja a diskurzus, valamint a közösség bomlasztása és/vagy egy konfliktus előidézése, illetve elmélyítése a saját szórakoztatására. A troll ugyanakkor tudatosan megkísérel létrehozni egy fiktív identitást, amely szerint őszintén a kérdéses csoport tagjává szeretne válni, és ezt a valójában hamis szándékát közli is” (Hardaker 2010: 237 nyomán Petykó 2013: 274).

[3.] Az internetes futballszurkolók identitáskifejezésének az egyik legfőbb eszköze a sajátos (szlengszerű) szó- és kifejezéskészlet. A digitális kommunikációban létrejövő és terjedő új szavakról Veszelszki a következőképp fogalmaz: „A digilektust az egymástól elválaszthatatlan lexikai-grammatikai szempontból számtalan új, sok alakváltozattal rendelkező szó létrejötte jellemzi. E neologizmusok főként szóösszetétellel vagy szóképzéssel keletkeztek, ám nem hanyagolható el a jelentős idegen nyelvi hatás sem” (Veszelszki 2011b: 163). Az internetes futballközösségek szókincsének újszerűségét – a Veszelszki-féle általános leírást kiegészítve – a „gyakoritka” szóalkotási módok erőteljes kihasználásában látom: a „megszokott” szóképzés és szóösszetétel mellett a ritkábbnak, ennél fogva különlegesnek, egzotikusnak, humorosnak számító hatáskeltők (szövegyítés, szándékos szóferdítés és szóértelmesítés), valamint a minimalizálók (szórövidítés, jelentéstapadás, mozaikszó-alkotás) is egyre népszerűbbé, gyakoribbá, a saját terminusommal élve „gyakoritkává” válnak (Istók 2017a: 170–171, 174–175).

[4.] Koch és Oesterreicher (1994: 588) megkülönbözteti a szóbeliség és írásbeliség mediális, illetve koncepcionális dimenzióit. Az előbbi a megnyilatkozás fonikus (szóbeli) vagy grafikus (írásbeli) megvalósulási formájára, az utóbbi pedig annak formális (inkább írott nyelvi) vagy informális (inkább beszélt nyelvi) modalitására vonatkozik (vö. Dürscheid 2002: 59; Érsok 2007: 19–23; Veszelszki 2010a: 5; Dürscheid–Frick 2016: 36; Istók–Szerdi 2016a: 60). Az általam vizsgált szavak és kifejezések terjedését elsősorban a mediálisan írásbeli, de koncepcionálisan inkább beszélt nyelvi kommunikációs formák (pl. posztok, kommentek, tweetek) biztosítják. Lexikai és grammatikai szempontból a kvázi-szinkron „kommentháborúk” nyelvezete a mediálisan és

koncepcionálisan is szóbeli kiterjedésű baráti társalgás, vagyis az informális élőbeszéd dikciójához közelít (l. dialogicitás, spontaneitás, kötetlenség).

[5.] A futballszleng nemcsak a köznyelvtől, hanem a szaknyelvtől is eltér, hiszen ez utóbbit a labdarúgás szlengjével ellentétben a sportág játékszabályai is rögzítik (Lukácsi 2007: 5). A két nyelvváltozat közötti különbséget Kis Tamás a következőképp magyarázza: „A szaknyelv azokat a fogalmakat nevezi meg, amelyek a szakma gyakorlásában szükségesek, de a bázisnyelvben nincsenek meg, vagy fogalmi tartalmuk nem elég pontos. [...] A szaknyelvekkel szemben a szleng nem megnevez, hanem újranevez, azaz a már elnevezett dolgokat újabb és újabb nevekkal látja el minden látható »praktikus« ok nélkül” (Kis 1992: 345). Meglátásom szerint ez a felfogás párhuzamba állítható a neologizmusok Minya Károly által felállított rendszerének a második osztályozási szempontjával. A keletkezés célja alapján a szerző megkülönbözteti a szükségszerű és a stilisztikai neologizmusokat. Az előbbieken a gyakorlati céllal létrejövő, a társadalmi, politikai, gazdasági és kulturális élet változásait tükröző szavakat, kifejezéseket, az utóbbiakon pedig a stiláris szükségszerűség (egyediség, figyelemfelkeltés, meglepetés stb.) eredményezte hapax legomenonokat (vö. ad hoc-kifejezések, okkazonalizmusok), vagyis az egyszeri, illetve alkalmi előfordulásokat érti (Minya 2003: 15–19, 2010: 59–60, 2011: 22). A lexémakorpusz elemeinek létrejöttét, használatát is stiláris igény – általában egy-egy játékos vagy csapat pozitív, illetve negatív színben való feltüntetése – motiválja. A futballszleng interneten terjedő „gyakoritka” elemei azonban a labdarúgás szakkifejezéseivel szemben (pl. *csapatkapitány*, *játékvezető*, *szabadrúgás*) – elsősorban a nélkülözhetetlenségük hiánya, másodsorban pedig az „élethosszuk” rövidege miatt – nem vál(hat)nak szótári szóvá.

[6.] A vizsgált nyelvi elemek a Lukácsi által felsorolt valamennyi szlengre jellemző funkciót betölthetik (az egyes kategóriák esetenként egybeeszenek): a) rövidítés, egyszerűsítés: *Case* (*Carlos Casemiro*), *Mou* (*José Mourinho*), *Azpi* (*César Azpilicueta*); b) játékoság: *Bundásliga* (*Bundesliga*), *Szespányol* (*Espanyol*), *paraSTOKE* (*parasztok + Stoke City*); c) kifejezőképesség: *Wizard* (*Willian + Hazard*), *Kassaidrid* (*Kassai Viktor + Real Madrid*); d) poétikusság: *No Isco, No Disco* (~ Isco nélkül nem „muzsikál” jól a csapat); e) metaforikusság: *katalányok* (*katalánok + lányok* ~ a Barcelona játékosai egyesek szerint olyan érzékenyek, mint a lányok, l. földre esés, szimulálás). A hasonlóságon alapuló névátvitelre a vizsgálati fókuszon kívül is találunk néhány példát: *kertitörpe* (~ Lionel Messi alacsony növéseire utal);

Majmok bolygója (~ Gareth Bale ábrázatára vonatkozik); spany. *El Niño* 'A Kölyök' (~ Fernando Torres kinézetét jelöli).

3.3. A ne(t)ologizmusok definiálása és osztályozása

A magyar szakirodalom egyik legtöbbet idézett neologizmusdefiníciója Szathmári Istvántól származik: „Neologizmusok azok az új szavak, kifejezések, jelentésárnyalatok, nyelvtani formák, amelyekkel a nyelv, a társadalmi viszonyok és a gondolkodás fejlődésével párhuzamosan, állandóan gazdagodik” (Szathmári 2004: 154). Az internetes kommunikációban létrejövő, illetve terjedő – a neologizmusok egy önálló csoportját alkotó – új szavakat és kifejezéseket Kimberly Ann Witten (2012, 2014) és Veszelszki Ágnes (2014a, 2014b) netologizmusoknak nevezi. Az általam összegyűjtött lexikai egységek is teljesítik a netologizmusként való meghatározás legfőbb feltételeit: (1) csupán néhány éve vagy hónapja használatosak, (2) terjedésük elsősorban az internetes kommunikációhoz kötött. A labdarúgók neveit „megörökítő” nyelvi elemek használata a játékosok professzionális pályafutásának befejezése után általában (teljesen) visszaszorul, a prototipikus példányok „élethossza” is csak legfeljebb tíz-tizenöt év. Valószínűsíthető életútjukat a következő modell szemlélteti: hapax legomenonok → ne(t)ologizmusok → [szótározott szavak →] elavuló szavak → archaizmusok (vö. Veszelszki 2010b: 165). A nyelvi elemek egy része nem járja végig a felvázolt életutat: „Az új szavaknak és új jelentéseknek [...] csak egy része válik a [(szerk. megj. I.B.) futball]szókincs állandó elemévé, jelentős számuk csupán tiszavirág-életű és amilyen gyorsan keletkeztek, olyan gyorsan feledésbe is merülnek” (Fábián 2009: 105). Nem mondható el ugyanez a nevesebb európai csapatok megnevezéseinek variánsairól (pl. *Barcelona* – *Barca*, *Börszalonna*, *UEFAlona*, *Szarszelóna*), hiszen azok az adott együttes nemzetközi futballelitbe – ennél fogva a köztudatba – való tartozásától függően akár évtizedekig is a futballszleng aktív szókincsét gazdagíthatják. Nem egyértelmű ugyanakkor, hogy valóban minden továbbgondolt tulajdonnevet ne(t)ologizmusnak tekinthetünk-e: „A neologizmus viszonykategória [...], mert mindig a jelen nyelvállapothoz mérten állapítható meg egy szóról újdonság volta, márpedig a jelen nyelvállapot, a szinkrónia paradox módon állandóan változó” (Minya 2011: 14). A probléma összetettségét mutatja, hogy esetünkben még a szinkrónia felőli szemlélődés sem ad egyértelmű választ a kérdésre. Mivel a lexémakorpusz legtöbb nyelvi eleme közelmúltban keletkezett hapax legomenon (pl. *Kassaidrid*; *AsensIsco*; *NHL*), (még) nem válhatott a(z online)

futballsztenderd részévé, csoportnyelvi jellege miatt pedig köznyelvivé sem (neologizmus: ✓). Néhány output, (szleng)szótárérettnek nevezhető kifejezés viszont már annyira elterjedt (pl. *Penaldo*; *Missi*; *4rsenal*), hogy stiláris hatása megkopott (neologizmus: ✕). A korpuszban akadnak elavulóban lévő kifejezések is, ezek általában legendás játékosok vagy edzők neveinek „gyakoritka” variánsai (*SAF*, *Puyoldinho*, *Mazacar*). Az egyes típusok közötti (skaláris) átjárhatóság általában fennáll, a példák besorolása önkényes, a nyelvérzék által irányított. Nyilvánvaló ugyanakkor, hogy nem minden korpuszbeli output szigorú értelemben vett neologizmus, a kutatás szempontjából viszont gyümölcsöző lehet, ha mégis ekként tekintünk rájuk, kiválóan elemezhetőek ugyanis a neologizmusok Minya Károly által felállított rendszerében (2003, 2010, 2011). Minya az új szavakat, illetve kifejezéseket a funkcionális kognitív stilsztika elveit figyelembe véve a következő szempontok alapján osztályozza (l. 6. táblázat):

6. táblázat. A neologizmusok újabb rendszerezése Minya (2011: 15–45) alapján

	Szempontok	A neologizmus típusai
1.	A szándékoltság (akarat) szerint	tudatos, spontán
2.	A létrejöttük célja szerint	szükségszerű, stilsztikai
3.	A gyakoriságuk szerint	elterjedt, alkalmi
4.	A kommunikáció formája szerint	szóbeli, írásbeli, írott beszélnyelvi
5.	A fogalmi tartalmuk szerint	politika, gazdaság, kultúra, internet- és mobilkommunikáció, sport, egészség, szórakozás, étkezés, tárgynevek, foglalkozásnevek
6.	A létrejöttük módja szerint	szóösszetétel, szóképzés, elvonás, elvonás és képzés, szórövidülés, szórövidülés és képzés, mozaikszók (betűszók, szóösszevonások), szóösszerántás és kontamináció (szóalakvegyülés), szándékos szóferdítés, szószerkezet, jelentésbővülés
7.	A szófajuk szerint	ige, főnév, melléknév, igenév

A vizsgált outputok szándékoltak alapján tudatos neologizmusok, hiszen önkényesen – valamilyen kommunikációs igénnyel – jöttek létre (Minya 2011: 16). Mivel a hatáskeltők keletkezését a legtöbbször stíláriis szükségsszerűség (humorkeltés, önkifejezés, provokálás stb.) motiválja, stilisztikai neologizmusoknak (i.m. 22) tekinthetők. Nem egyértelmű ugyanakkor, hogy az alaki redukció és a gazdaságosság elvén működő minimalizálók (pl. *Kevin de Bruyne > KdB; Ibrahimovic > Ibra; Real Madrid > Real*) – a stilisztikai vagy a szükségsszerű neologizmusok csoportjába sorolandók-e. Ez utóbbiak Minya szerint „gyakorlati céllal jönnek létre, jól tükrözik a társadalmi, politikai, gazdasági és kulturális élet változásait” (i.m. 22). A szóban forgó nyelvi elemek nem reflektálnak a szerző által megnevezett „változásokra”, de támogatják az írásidő csökkenését és a kereső olvasást mint „gyakorlati célt” (l. minimalektus, minimalektális jelleg: Istók–Szerdi 2016a, 2016b; vö. Bódi 2005: 204; Nielsen 1997; Nielsen–Morkes 1997; Nielsen–Tahir 2002: 98–131). A besorolás nehézségét mutatja a következő példa: a hozzászólásokban gyakran csak önmagában előforduló *Penaldo* kifejezés stilisztikai neologizmusként „provokál” (expresszív és poétikai funkció), szükségsszerű neologizmusként viszont „megnevezi” mindazt (referenciális funkció), amit a játékost nem kedvelő kommentelők korábban csak szavakon, mondatokon keresztül fejezhettek ki (**Ronaldónak mákja van, csak tiziből megy a góllövés!*).

Gyakoriságuk alapján a neologizmusok lehetnek elterjedtek és alkalmiak (Minya 2011: 23). Az előbbieket találatainak a száma (uo.) a Google internetes keresőjében ezer feletti (pl. *Penaldo*: összesen 339 000 találat/1500 magyar nyelvű találat; *Lewangoalski*: 146 100/749; *Uefalona*: 69 700/600), az utóbbiaké pedig ezer alatti (pl. *Budentus*: 26/22; *Deportivo Nyakonrúglak*: 679/528; *Fartúró Vidal*: 90/88). Mivel a korpuszban számos angol nyelvi elem is előfordul, a találatok számát jelentősen befolyásolhatja, hogy elfogadjuk-e a Google által felkínált „Csak magyar nyelvű eredmények keresés[ének]” a lehetőségét: pl. a *Penaldo* (szó szerinti) találatainak a száma összesen 339 000, a magyar nyelvű eredményeké viszont mindössze 1 500 (a fenti találatok utolsó ellenőrzésének dátuma: 2018. 01. 30.). Az outputok Google alapján történő besorolása több, az osztályozás módszertanával összefüggő kérdést is felvet: Listázza-e a Google az összes Facebook-bejegyzést (l. szurkolói oldalak posztjai, posztok alatti kommentek, nyílt, zárt és titkos csoportok bejegyzései)? Leszűrhető-e a keresés kizárólag a Facebook-bejegyzésekre? Kizárható-e az eredményekből a keresett kifejezések homonim pártjai (pl. *BBC, MSN, LOL*)? Elválaszthatók-e az angol és a magyar nyelvű találatok egymástól (pl. egyelemű

Facebook-komment: *Penaldo*)? Az összes találat vagy csak a magyar nyelvű eredmények számát vegyük-e alapul az „elterjedt” és az „alkalmi” csoportokba való besoroláskor? Bár jelen munkámnak nem célja a fenti kérdések megválaszolása, nyilvánvalónak tűnik, hogy az outputok besorolásának e módja vitatható. A minikorpusz felállításakor ezért egy általam kigondolt, a különbségeket jobban árnyaló megoldás mellett döntöttem (l. kettő helyett négy kategória). A lexikai egységeket a gyűjtés során megfigyelt gyakoriságuk alapján négy csoportba soroltam. Az ezek közötti határvonalakat önkényesen jelöltem ki. Mivel a gyűjtés során egyes csapatokkal, illetve játékosokkal a presztízsüknek, a teljesítményüknek, illetve a magánéletüknek köszönhetően többen foglalkozott az internetes sportsajtó, a többi együttesről és (ex)futballistáról nyilvánvalóan kevesebb tartalom született. Ezt azért tartom fontosnak megjegyezni, mert elképzelhető, hogy egy adott output (pl. *Gijón*; *Gladbach*; *Dinho*) már évek óta *elterjedt* (a futballvilág ismeri és használja), a korpuszban viszont csak a *terjedő* vagy az *alkalmi* minősítést kapja, hiszen a megfigyelés idején kevesebb magyar nyelvű cikkben és kommentben jelent meg (l. 7. táblázat).

7. táblázat. Az outputok „gyakoriságának” megállapítása és jelölése

Kategória	Találatok száma	Példák	Jelölés
Egyszeri outputok	1	<i>A Tonic rossz</i> ; <i>MadLiga</i> ; <i>SR</i>	④ – a legritkább
Alkalmi outputok	2–15	<i>MAC</i> ; <i>Mormota</i> ; <i>Vini</i>	③
Terjedő outputok	16–49	<i>LOL</i> ; <i>Kova</i> ; <i>Dulifuli</i>	②
Elterjedt outputok	50–	<i>Penaldo</i> ; <i>Missi</i> ; <i>Arsenal</i>	① – a leggyakoribb

Mivel az angol nyelvi elemeket tartalmazó kifejezések nemcsak a magyar, hanem a spanyol, a német, az olasz stb. internetes futballszlengben is terjednek, sokkal gyakoribbak és „életképesebbek” a magyar nyelvű rokonaiknál.

A kommunikáció formája alapján (Minya 2011: 26) a korpusz elemeit írott beszélnyelvi neologizmusoknak tekintem, terjedésüket ugyanis elsősorban a digitális kommunikációs közeg segíti elő. Ebből következik, hogy Minyánál

tágabban értelmezem e kategóriát, ő ugyanis a „kizárólag számítógéppel írott szövegben” előforduló kifejezéseket sorolja ide (uo.). Kivételt nálam csak azok a kifejezések jelentenek, amelyek tipikusan több kommunikációs formában is megjelennek. Ilyenek a mindennapi társalgásban (pl. baráti beszélgetés), a televízióban (pl. sportközvetítés, -híradó) vagy a sajtóban ugyancsak elterjedt szórövidülések (pl. *Juve* < *Juventus*; *Atleti* < *Atletico Madrid*; *Ibra* < *Ibrahimovic*) és mozaikszók (pl. *BBC* < *Bale, Benzema, Cristiano Ronaldo*; *MSN* < *Messi, Suárez, Neymar*; *CR* < *Cristiano Ronaldo*).

A vizsgált lexikai egységek fogalmi tartalmuk szerint (i.m. 27) sportnyelvek, létrejöttük módja (i.m. 27–28) alapján „gyakoritkák” (pl. mozaikszók, szórövidülések, szóvegyülések), a szófajok felől nézve (i.m. 41) pedig csaknem mindig főnevek. A kivételek (az igék) közé tartozik például a *Viszkecc* (< *Busquets*), az *(Obi) Mi kell?* (< *Obi Mikel*), a *(Na ne) Witselj!* (< *Witsel*) vagy a *Penaldo* outputból képzett *penaldozik* ’Penaldót mond’ kifejezés (pl. *Te is csak penaldozol*).

3.4. A minimalizálók formai és jelentésbeli sajátosságai

Az alábbiakban a szórövidítéssel, a jelentéstapadással és a mozaikszó-alkotással létrejövő outputokat elemzem formai és jelentésbeli szempontból.

„Az írásbeli rövidítésekből megelevenedett új szóalakulatok, továbbá a szándékosan rövidítésül alkotott betűszók és szóösszevonások [...] néha pusztán rövidebb változatai, majdnem jelképei a teljesebb összetett szavaknak vagy szószerkezeteknek” (Tompá 1961). Az alaki egyszerűsödéssel (szórövidítéssel, jelentéstapadással, mozaikszó-alkotással) létrejövő kifejezések terjedésének egyik alapvető feltétele, hogy az egyszerűsítés, illetve rövidítés ne akadályozza a megértési folyamatokat. Bódi Zoltán erről a következőképp fogalmaz: „Az interaktív internetes írásbeliségben a relevancia határt szab a megformálás sajátosságainak. Addig térhetnek el [...] a kommunikáló felek a hagyományos írásbeliség megformálási szabályaitól, amíg a partner számára könnyen értelmezhető marad a szöveg, és csak azokat az eszközöket használhatják, amelyek a befogadó számára is közismertek” (Bódi 2005: 202; vö. Grice 1997 [1975]: 216–217; Sperber–Wilson 1996: 43).

3.4.1. Szórövidítés

A szórövidítés, napjaink egyik legnépszerűbb szóalkotási eljárása során „tetszőleges, a hangzás szempontjából optimális mennyiségű részletet veszünk el

a szóból” (Lengyel 2000a: 343). A grafémák törlésének művelete a csapatok és a játékosok, illetve edzők neveiben egyaránt megfigyelhető: *Tico < Atletico Madrid*; *Barca < Barcelona*; *Man United < Manchester United*, valamint *Fabre < Fabregas*; *Ronnie < Ronaldo*; *Mou < Mourinho* stb. A korpuszban található számos példa a beszélt nyelvben (például a lelátókon, a kocsmában) született, szóban és írásban (a sajtóban) egyaránt használatos. A Facebook-hozzászólásokban elsősorban azoknak a játékosnak vagy edzőknek a nevét rövidítik, akikről sokat beszélnek (tehát ismertek), vagy akiknek a neve viszonylag hosszú (azaz nehéz leírni, illetve kimondani) (l. 8. táblázat).

8. táblázat. Szórövidülés

	Outputok, inputok, gyakoriság
Csapatok	<i>Barca (Barcelona)</i> ①; <i>Man United/manutd (Manchester United)</i> ①; <i>Man City/mancity (Manchester City)</i> ①; <i>Juve (Juventus)</i> ①; <i>Atleti (Atlético Madrid)</i> ②; <i>Depor (Deportivo La Coruña)</i> ②; <i>Samp (Sampdoria)</i> ③; <i>Fio/Fior (Fiorentina)</i> ③; <i>Tico (Atlético Madrid)</i> ④; <i>Ars (Arsenal)</i> ④
Játékosok, edzők	<i>Ibra (Ibrahimovic)</i> ①; <i>Mou (Mourinho)</i> ①; <i>Lewa (Lewandowski)</i> ①; <i>Poch (Pochettino)</i> ①; <i>Azpi (Azpilicueta)</i> ①; <i>Ronnie (Cristiano Ronaldo)</i> ①; <i>Auba (Aubameyang)</i> ②; <i>Laca (Lacazette)</i> ②; <i>Dinho (Ronaldo)</i> ②; <i>Sheva (Shevchenko)</i> ②; <i>Baka (Bakayoko)</i> ②; <i>Iva (Ivanovic)</i> ②; <i>Fabre (Fabregas)</i> ②; <i>Kova (Kovacic)</i> ②; <i>Masch (Mascherano)</i> ②; <i>Rüdi (Rüdiger)</i> ②; <i>Grizi (Griezmann)</i> ②; <i>Benzi (Benzema)</i> ②; <i>Ney (Neymar)</i> ②; <i>Schweini (Schweinsteiger)</i> ②;

	<i>Masche (Mascherano)</i> ②; <i>Illarra (Illarramendi)</i> ②; <i>Cuti (Coutinho)</i> ②; <i>Brozo (Brozovic)</i> ②; <i>Case (Casemiro)</i> ②; <i>Ox (Alex Oxlade-Chamberlain)</i> ②; <i>Lamps (Lampard)</i> ③; <i>Batsu (Batshuayi)</i> ③; <i>Ceba (Ceballos)</i> ③; <i>Rash (Rashford)</i> ③; <i>Kondo (Kondogbia)</i> ③; <i>Fella (Fellaini)</i> ③; <i>Caba (Caballero)</i> ③; <i>Naga (Nagatomo)</i> ③; <i>Carra (Carragher)</i> ③; <i>Bia (Biabiany)</i> ③; <i>Dambro (D'Ambrosio)</i> ③; <i>Bego (Begovic)</i> ③; <i>Tripp/Tripps (Trippier)</i> ③; <i>Vini (Vinicius Junior)</i> ③; <i>Titi (Umtiti)</i> ③; <i>Chico (Chicharito)</i> ④; <i>Hendo (Henderson)</i> ④
--	---

A törlés helye szerint megkülönböztethetjük a szó első vagy utolsó tagján csonkult lexikai egységeket. A szórövidülések csaknem mindegyike szóvégi törléssel keletkezik (pl. *Atletico* > *Atleti*; *Neymar* > *Ney*; *Trippier* > *Tripp*), nagyon ritka a szóeleji csonkulás (pl. *Atletico* > *Tico*; *Umtiti* > *Titi*; *Ronaldinho* > *Dinho*). A korpuszban csupán két példát találunk szórövidítéses továbbképzésre (*Tripps*, *Lamps* – vö. ang. -s rokonszenvet, összetartozást kifejező becéző szuffixum). A szótagszámuk szerint a szórövidülések lehetnek egyszótagúak és kétszótagúak. Míg az előbbieket mássalhangzóra (pl. *Sampdoria* > *Samp*; *Pochettino* > *Poch*; *Mascherano* > *Masch*), addig az utóbbiak magánhangzóra végződnek (pl. *Ceballos* > *Ceba*; *Rüdiger* > *Rüdi*; *Brozovic* > *Brozo*). A szórövidülések túlnyomó része magánhangzóra végződik (l. 9. táblázat).

9. táblázat. Kétszótagú rövidülések végződései

	Végződés	Példák	Gyakoriság
1.	-a	<i>Baka, Illarra, Laca</i>	gyakoribb (nagyobb eséllyel fordul elő)
2.	-i	<i>Azpi, Grizi, Vini</i>	
3.	-o	<i>Bego, Dambro, Kondo</i>	
4.	-e	<i>Case, Fabre, Masche</i>	ritkább (kisebb eséllyel fordul elő)
5.	-u	<i>Batsu, Mou</i>	

3.4.2. Jelentéstapadás

A szórövidítéssel rokon szóalkotási mód a jelentéstapadás, melynek „eredményeként az állandó szókapcsolat vagy összetett szó elmaradt tagjának jelentését egy másik tag veszi föl” (Grétsy szerk. 1976: 14). A jelentéstapadással létrejövő szóalakok terjedése szintén nem tipikusan a digitális kommunikációhoz kötött: a *kipattanó* (< *kipattanó labda*), a *büntető* (< *büntetőrúgás*), a *szöglet* (< *szögletűrúgás*) köznevek vagy a *Real* (< *Real Madrid*), a *Bayern* (< *Bayern München*), a *Pool* (< *Liverpool*) tulajdonnevek (l. 10. táblázat) már az internetkorszak előtt megjelentek, és ma is éppúgy előfordulnak szóban és a nyomtatott sajtóban, mint az interneten (vö. Lőrincz 2016).

10. táblázat. Jelentéstapadással keletkező outputok

	Outputok, inputok, gyakoriság
Csapatok	<i>Real</i> (<i>Real Madrid</i>) ①; <i>Bayern</i> (<i>Bayern München</i>) ①; <i>United</i> (<i>Manchester United</i>) ①; <i>Madrid</i> (<i>Real Madrid</i>) ①; <i>Manchester</i> (<i>Manchester United</i>) ①; <i>City</i> (<i>Manchester City</i>) ①; <i>Pool</i> (<i>Liverpool</i>) ①; <i>Atletico</i> (<i>Atlético Madrid</i>) ①; <i>Spurs</i> (<i>Tottenham Hotspur</i>) ①; <i>Dortmund</i> (<i>Borussia Dortmund</i>) ①; <i>Tottenham</i> (<i>Tottenham Hotspur</i>) ①; <i>Milan</i> (<i>AC Milan</i>) ①; <i>Leicester</i> (<i>Leicester City</i>) ①; <i>Inter</i> (<i>Inter Milan</i>) ①; <i>Espanyol</i> (<i>Espanyol Barcelona</i>) ①; <i>München</i> (<i>Bayern München</i>) ②; <i>Sociedad</i> (<i>Real Sociedad</i>) ②; <i>Bilbao</i> (<i>Athletic Bilbao</i>) ②;

	<i>Lyon (Olympique Lyon) ②;</i> <i>Párizs (Paris Saint Germain) ②;</i> <i>Newcastle (Newcastle United) ②;</i> <i>Betis (Real Betis) ②;</i> <i>West Ham (West Ham United) ②;</i> <i>West Brom(wich) (West Bromwich Albion) ②;</i> <i>Stoke (Stoke City) ②;</i> <i>Swansea (Swansea City) ②;</i> <i>Gladbach (Borussia Mönchengladbach) ②;</i> <i>Werder (Werder Bremen) ②;</i> <i>Deportivo (Deportivo La Coruña) ②;</i> <i>Leverkusen (Bayer Leverkusen) ②;</i> <i>Bremen (Werder Bremen) ②;</i> <i>Bayer (Bayer Leverkusen) ②;</i> <i>Borussia (Borussia Dortmund) ②;</i> <i>Alaves (Deportivo Alavés) ③;</i> <i>Hull (Hull City) ③;</i> <i>Marseille (Olympique Marseille) ③;</i> <i>Real (Real Sociedad) ③;</i> <i>Zaragoza (Real Zaragoza) ③;</i> <i>Gijón (Sporting Gijón) ③;</i> <i>Borussia (Borussia Mönchengladbach) ③;</i> <i>Sporting (Sporting Gijón) ③;</i> <i>Manchester (Manchester City) ③;</i> <i>Barcelona (Espanyol Barcelona) ③;</i> <i>City (Leicester City) ③;</i> <i>Athletic (Athletic Bilbao) ④;</i> <i>Rayo (Rayo Vallecano) ④;</i> <i>City (Swansea City) ④</i>
--	--

A korpuszban a jelentéstapadás két típusát figyelhetjük meg: 1. egy kételemű csapatnévből egyeleműt hozhatunk létre, ha a jelzőt vagy a jelzett szót elhagyjuk (pl. *Inter Milan* > *Inter*; *Borussia Dortmund* > *Borussia*; *Manchester United* > *United*); 2. egy összetett vagy annak vélt szóból egyszerűt alkothatunk, ha az egyik valós vagy vélt összetételi tagot mellőzzük (pl. *Liverpool* > *Pool*; *Mönchengladbach* > *Gladbach*; *Tottenham Hotspur* > *Spurs*). A kételemű csapatnévből létrejövő egyelemű outputok lehetnek poliszémek és monoszémek. Poliszém kifejezések például a *Manchester* (1. United, 2. City), a *Real* (1. Madrid, 2. Sociedad; vö. 17. ábra) vagy a *City* (1. Manchester; 2. Leicester; 3. Stoke), monoszémek pedig a *Tottenham*, a *Sociedad*, vagy a *Pool*. Alacsonyabb bajnokságokban természetesen ez utóbbiaknak is létezhet poliszém párjuk.

Számos sportoldal törekszik ún. *clickbait*, más szóval kattintásvadász címet adni a hazánkban kevésbé követett külföldi csapatokról megírt cikkeinek. Ennek egyik kevésbé etikus és az olvasók által nem túl kedvelt módja, ha a cikkíró egy adott együttesről (pl. Real Sociedad; West Ham United; Espanyol Barcelona) szóló tartalom címében a csapatnév jelentéstapadással létrehozott szóalakját tünteti fel szándékosan (pl. *Real*; *United*; *Barcelona*), azt sejtetve ezzel, hogy a cikkben egy másik, a legszűkebb elithez tartozó csapatról lesz szó (pl. Real Madrid; Manchester United; FC Barcelona).

A jelentéstapadással keletkező outputok „következetlen” használata vitát is generálhat a kommentelők között. Ennek egyik tipikus példája, amikor az egyik hozzászóló „felvilágosítja” a másikat, hogy a *Bayer* vagy a *Real* szóalakok nem a *Bayern München* és a *Real Madrid*, hanem a *Bayer Leverkusen* és a *Real Sociedad* csapatnevek variánsai (vö. *Bayern* és *Madrid*).



17. ábra: Jelentéstapadás eredményezte poliszémia: *Real* vagy *Madrid*?

3.4.3. Mozaikszó-alkotás

A több szó elemeiből, mozaikjaiból felépülő mozaikszók „főleg idegen nyelvi minták szándékos utánzásaképp” honosultak meg nyelvünkben (Tompai 1961: 460). Ez lehet az oka annak, hogy a korpusz egyetlen vonatkozó magyar nyelvű példát sem tartalmaz. A Facebook-oldalakon megosztott futballtartalmak hozzászólásaiban a betűszók különböző típusaival találkozhatunk: 1. külföldi sztárjátékosok (ritkább esetben edzők) monogramja, néha mezszámmal is kiegészítve (pl. *CR7* < *Cristiano Ronaldo*, 7; *LM* < *Lionel Messi*; *RRR* < *Rivaldo*, *Ronaldinho*, *Ronaldo*); 2. egy adott csapat egykori, valós vagy megszerezni kívánt támadójának, illetve védőjének a neveiből alkotott betűszó (pl. *BBC* < *Bale*, *Benzema*, *Cristiano Ronaldo*; *MSN* < *Messi*, *Suárez*, *Neymar*; *RIP* < *Rooney*, *Ibrahimovic*, *Pogba*); 3. többbelemű személynév (pl. *KdB* < *Kevin de Bruyne*; *MATS* < *Marc-André Ter Stegen*; *SAF* < *Sir Alex Ferguson*); 4. csapatmonogram (pl. *PSG* < *Paris Saint Germain*; *RM* < *Real Madrid*; *FCB* < *FC Barcelona*). Találunk közöttük szóban is használt (pl. *mu* < *Manchester United*; *péeszégé* < *Paris Saint Germain*; *cöröhét* < *Cristiano Ronaldo* + *hét* 'a játékos mezszáma') és tipikusan írásban terjedő kifejezéseket (pl. *RM* < *Real Madrid*; *FCB* < *FC Barcelona*; *CFC* < *Chelsea FC*). Ezek általában két vagy három karakterből tevődnek össze.

Az internetes futballszleng nyelvi leleményeinek egy különálló csoportját alkotják a homonim (egy alakkal, de több összefüggéstelen jelentéssel rendelkező), ritkábban poliszém (több összefüggő jelentéssel rendelkező) mozaikszók (l. 11. táblázat), amelyek valóságtartalmuk alapján lehetnek aktuálisak, múltbéliak és futurisztikusak (l. 18–20. ábra). Az első csoportba sorolható például a *BBC* (1. műsorszolgáltató; 2. a Real Madrid támadói; 3. a Juventus védői), a *GTA* (1. számítógépes játék; 2. az Atlético Madrid csatárai), a *LOL* (1. hangosan felnevet; 2. A Barcelona MSN utáni támadótriója), az *MSC* (1. fokozat, mesterképzés 2. a Barcelona MSN utáni támadótengelye) vagy a *CIA* (1. amerikai hírszerző szervezet; 2. a BBC alternatívája a Real Madridnál); a másodikba az *MSN* (1. egykori üzenetküldő alkalmazás; 2. a Barcelona egykori támadótriója), a *RIP* (1. 'nyugodjon békében'; 2. a Manchester United egykori támadótengelye), a *PHD* (1. tudományos fokozat; 2. a Chelsea egykori támadóhármasa), a *RRR* (1. a *RRRrrrr!!!* nevű film címének eleje; 2. legendás brazil világbajnokok); a harmadikba pedig a *MAC* (1. operációs rendszer; 2. a Real Madrid egyik elképzelhető támadósora Mbappé megszerzése esetén), az *NHL* (1. profi jégkorongliga; 2. a Real Madrid egy lehetséges támadósora

sztárigazolások esetén) vagy a GSM (1. 'a mobilkommunikáció globális rendszere'; 2. a Barcelona egy elképzelhető támadósora Griezmann megszerzése esetén) (vö. Szerdi 2017b: 111–112).



18–20. ábra: Facebook-posztok aktuális, múltbéli és futurisztikus valóságtartalmú betűszói

Az ugyancsak mozaikszók közé sorolt szóösszevonások a betűszókkal szemben a többszavas kapcsolatoknak nemcsak a kezdőbetűit, hanem a nagyobb egységeit is megőrzik (Lengyel 2000a: 346). A korpuszban mindössze egy ilyen példát találunk: *MAZACAR < Mata, Hazard, Oscar*.

11. táblázat. Mozaikszók az internetes futbollszengeben

	Outputok, inputok, gyakoriság
Játékosok	<p><i>CR/cörö</i> (<i>Cristiano Ronaldo</i>) ①;</p> <p><i>CR7/cöröhét</i> (~ 1. a hetes mezszámot viselő <i>Cristiano Ronaldo</i>; 2. márkanév) ①;</p> <p><i>MSN</i> (<i>Messi, Suárez, Neymar</i> ~ a Barcelona híres támadósora a 2014 és 2017 között) ①;</p> <p><i>BBC</i> (<i>Benzema, Bale, Cristiano Ronaldo</i> ~ a Real Madrid híres támadósora) ①;</p> <p><i>DDG</i> (<i>David de Gea</i>) ①;</p> <p><i>KdB</i> (<i>Kevin de Bruyne</i>) ①;</p> <p><i>MSC</i> (<i>Messi, Suárez, Coutinho</i> ~ a Barcelona támadósora <i>Neymar</i> távozása és <i>Coutinho</i> érkezése után) ②;</p> <p><i>LOL</i> (<i>Lionel Messi, Ousmané Dembélé, Luis Suárez</i> ~ a Barcelona támadósora <i>Neymar</i> távozása és <i>Dembélé</i> érkezése után) ②;</p> <p><i>RIP</i> (<i>Rooney, Ibrahimovic, Pogba</i> ~ a Manchester United támadótengelye <i>Rooney</i> távozása előtt) ②;</p>

	<p><i>RvP (Robin van Persie) ②;</i> <i>MSD (Messi, Suárez, Dembélé ~ a Barcelona támadósora, a LOL megnevezés alternatívája) ②;</i> <i>LM10 (~ a tízes mezsámot viselő Lionel Messi) ②;</i> <i>MAZACAR (Mata, Hazard, Oscar ~ a Chelsea egykori sikerfelelősei) ②</i> <i>LM (Lionel Messi) ②;</i> <i>CIA (Cristiano Ronaldo, Isco, Asensio ~ a BBC alternatívája a Real Madridnál) ③;</i> <i>FT9 (~ a kilences mezsámot viselő Fernando Torres) ③;</i> <i>JZ4 (~ a négyes mezsámot viselő Javier Zanetti) ③;</i> <i>PHD (Pedro, Hazard, Diego ~ a Chelsea támadósora) ③;</i> <i>MI9 (~ a kilences mezsámot viselő Mauro Icardi) ③;</i> <i>GTA (Gameiro, Torres, Antoine Griezmann ~ az Atlético Madrid gólfelelősei) ③;</i> <i>BBC (Barzagli, Bonucci, Chiellini ~ a Juventus nevezetes védősora; az olasz vagy torinói BBC-ként is emlegetik, nem összetévesztendő a Real Madrid támadótriójával) ③;</i> <i>MAC (Mbappé, Asensio, Cristiano Ronaldo ~ a Real Madrid egy lehetséges támadósora Mbappé leigazolása esetén) ③;</i> <i>GSM (Griezmann, Suárez, Messi ~ a Barcelona egy lehetséges támadósora Griezmann leigazolása esetén) ③;</i> <i>VVD (Virgil van Dijk) ③;</i> <i>MNC (Mbappé, Neymar, Cavani ~ a PSG támadósora) ③;</i> <i>MATS (Marc-André ter Stegen) ③;</i> <i>LM10 (~ a tízes mezsámot viselő Luka Modric) ④;</i> <i>P44 (~ a negyvennégyes mezsámot viselő Ivan Perisic) ④;</i> <i>NHL (Neymar, Hazard, Lewandowski ~ a Real Madrid egy lehetséges támadósora a három játékos leigazolása esetén) ④;</i> <i>RRR (Rivaldo, Ronaldinho, Ronaldo ~ legendás brazil világbajnokok) ④;</i> <i>DS (De Sciglio) ④;</i> <i>SR (Sergi Roberto) ④;</i> <i>JM (João Mario) ④</i></p>
Csapatok	<p><i>PSG (Paris Saint Germain) ①;</i> <i>RM (Real Madrid) ①;</i> <i>MU (Manchester United) ①;</i> <i>FCB (FC Barcelona) ①;</i> <i>BVB (Ballspielverein Borussia 09 Dortmund) ①;</i> <i>CFC (Chelsea FC) ①;</i></p>

	<i>LFC (Liverpool FC)</i> ②; <i>WHU (West Ham United)</i> ③; <i>FCB (FC Bayern München)</i> ③; <i>WBA (West Bromwich Albion)</i> ④
Egyéb	<i>PL (Premier League)</i> ①; <i>BL (Bajnokok Ligája)</i> ①; <i>EL (Európa-liga)</i> ①; <i>SAF (Sir Alex Ferguson)</i> ①; <i>LVG (Louis van Gaal)</i> ②; <i>JM (José Mourinho)</i> ③; <i>YNWA (You Will Never Win Again 'Többé nem nyersz'; eredeti formában: You'll Never Walk Alone 'Sohasem mész egyedül')</i> ③

3.5. A hatáskeltők formai és jelentésbeli sajátosságai

Az alábbiakban a szándékos szóferdítéssel, a szóértelmesítéssel, a szóvegyítéssel, a karakterjátékkal és a szóhatár-eltolódással létrejövő outputokat elemzem formai és jelentésbeli szempontból.

3.5.1. Szándékos szóferdítés/Szóértelmesítés

A futballszleng egyes „gyakoritka” elemeiről nem lehet egyértelműen megállapítani, hogy (a) szándékos szóferdítéssel vagy szóértelmesítéssel (népetimológiával), illetve (b) szándékos szóferdítéssel vagy szóvegyítéssel (kontaminációval) keletkeztek-e. A *Nemár*, a *Dulifuli* vagy a *Van de szar* outputokra tekinthetünk a *Neymar*, a *Deulofeu* és a *Van der Saar* személynevek szándékos ferdítéseként, de idegen eredetű inputok hasonló hangzású ismert (magyar) lexikai egységekkel való felcseréléseként is. A *Missi*, a *Bosscielny* vagy a *Rinyaldó* outputokat tarthatjuk a *Messi*, a *Kosscielny* és a *Ronaldo* személynevek szándékos ferdítésének, de a *miss* és a *Messi*, a *boss* és a *Koscielny*, valamint a *rinyál* és a *Ronaldo* inputok vegyítésének is. Mivel munkámban nem törekszem e kettősség feloldására, a korpuszban is egy-egy fejezetben kezelem a szándékos szóferdítést a szóértelmesítéssel (l. 12. táblázat), illetve a szóvegyítést a szándékos szóferdítéssel (még akkor is, amikor nyilvánvaló, hogy pontosan milyen outputról is van szó).

A *Magyar grammatika* című egyetemi tankönyv (Keszler szerk. 2000) szintén egy közös alfejezetben tárgyalja a népetimológiát (szóértelmesítést) a szándékos szóferdítéssel. Az előbbire a beszélő számára „idegen, ismeretlen hangzású” szavak ismert elemekhez való hasonlításaként, értelmesítéseként, az

utóbbira pedig különböző kifejezések torzításaként vagy magyarításaként tekint (Lengyel 2000a: 347–348). A *mai magyar nyelv rendszere* című akadémiai nyelvtan (Tompá szerk. 1961) szerint a népetimológia általában nem új szót, hanem csupán „szóalak-változtatást hoz létre”, mégpedig főként idegen eredetű szavak a beszélő számára „alakilag hasonló, de ismertebb szóval (szóelemmel)” való felcserélésével (Tompá 1961: 465). A szándékos szóferdítések célját a tankönyv a goromba és trágár szavak, valamint káromkodások eufemizálásában (szépítésében, enyhítésében) látja (i.m. 468). A korpusz elemeire a fenti szempontrendszer (MGr., MMNyR) alapján (de helyenként a leírásnak ellentmondva) a következő tulajdonságok érvényesek: (a) a használójuk által ismert (b) idegen eredetű szavak (c) szándékos torzításaként keletkeznek; (d) a ferdítés célja a kifejezések kakofemizálása (durvítása) vagy játékosítása (humorosítása), (e) az outputok nemcsak magyar, hanem idegen vagy kevert nyelvűek is lehetnek. A vizsgált szóalkotási módok közül ez a kategória adja az egyik legtöbb egyszerű vagy alkalmi szóalakot (ún. hapaxot).

12. táblázat. Szándékos szóferdítés/Szóértelmesítés

Játékosok	<p><i>Miki</i> (<i>Mkhi</i> < <i>Mkhitaryan</i>) ①; <i>Mariska</i> (<i>Di María</i>) ①; <i>Higany</i> (<i>Higuain</i>) ②; <i>Benzin</i> (<i>Benzema</i>) ②; <i>Disco</i> (<i>Isco</i> ~ a Real Madrid szurkolói körében ismert szójátékra utal: <i>No Isco, No Disco!</i>, vagyis ha Isco nincs a pályán, akkor a csapat rosszul játszik) ②; <i>Hurrikán</i> (<i>Harry Kane</i>) ②; <i>Dulifuli</i> (<i>Deulofeu</i>) ②; <i>Dollárrumma</i> (<i>dollár</i> + <i>Donnarumma</i> ~ a szóbeszéd szerint a Milan fiatal hálőre magasabb fizetés reményében szívesen csatlakozott volna a Real Madridhoz) ②; <i>Batsman</i> (<i>batsman</i> 'ütőjátékos' + <i>Batshuayi</i>) ②; <i>Mihály/Misi</i> (<i>Michy Batshuayi</i>) ③; <i>Vén Rooney</i> (<i>Wayne Rooney</i>) ③; <i>Mormota</i> (<i>Morata</i>) ③; <i>Nemár</i> (<i>Neymar</i>) ③; <i>Van de szar</i> (<i>Van der Saar</i>) ③; <i>Robin Van Persil</i> (<i>Robin Van Persie</i>) ③; <i>Krisztina</i> (<i>Cristiano Ronaldo</i>) ③; <i>Bél</i> (<i>Bale</i>) ③; <i>Rudi</i> (<i>Rüdi</i> < <i>Rüdiger</i>) ③;</p>
------------------	---

	<p> <i>Batman (Batshuayi)</i> ③; <i>Matyi (Mathieu)</i> ③; <i>Ter Stréber (Ter Stegen)</i> ③; <i>Béla (Bale)</i> ③; <i>Kukinnyó (Coutinho)</i> ③; <i>Nachos (Nacho)</i> ③; <i>Szesz (Cesc Fabregas)</i> ④; <i>Jack Wheelchair (Jack Wilshere + Wheelchair 'tolószék' ~ a sérüléssel küzdő Wilshere)</i> ④; <i>Marijuana Fellaini</i> (ang. <i>marijuana</i> 'marihuána' + <i>Marouane Fellaini</i> ~ a Manchester United játékosa furcsa arcot vágott, amikor a Real Madrid elleni UEFA-szuperkupa döntőjében fejen találta őt a labda) ④; <i>Harry Kéne (a Barcába) (Harry Kane)</i> ④; <i>Vera Tóth (Veretout)</i> ④; <i>Sergi Nyomerdo (Sergi Roberto)</i> ④; <i>Grizes (Griezmann)</i> ④; <i>Buszkeksz (Busquets)</i> ④; <i>Marci Pál (Martial)</i> ④; <i>Ro Nándor (Ronaldo)</i> ④; <i>Romlando (Ronaldo)</i> ④; <i>Románringyó (Ronaldo)</i> ④; <i>Robin Van Pepsi (Robin Van Persie)</i> ④; <i>Gareth Bane</i> (ang. <i>bane</i> 'vész, romlás' + <i>Bale</i>) ④; <i>Zlatan Ibrahimofish</i> (ang. <i>fish</i> 'hal' + <i>Ibrahimovic</i>) ④; <i>Messzi (Messi)</i> ④; <i>Vadles (Valdés)</i> ④; <i>Geymar</i> (ang. <i>gay</i> 'homoszexuális' + <i>Neymar</i>) ④; <i>Turbó (Iturbe)</i> ④; <i>Szisz (Szczesny)</i> ④; <i>Sanyi (Santi Cazorla)</i> ④; <i>Marhatonna (Maradona)</i> ④ </p>
Edzők	<p> <i>Műringyó (Mourinho)</i> ②; <i>Fán Hál Lajos (Louis van Gaal)</i> ④; <i>Váll verve (Valverde)</i> ④; <i>Unja már Emery (Unai Emery)</i> ④ </p>
Csapatok	<p> <i>(Real) Margit (Real Madrid + Margit)</i> ①; <i>Szarszelóna (Barcelona)</i> ①; <i>(Real) Szargit (Real Madrid + szar + Margit)</i> ②; <i>Szarsza (Barca)</i> ②; <i>Bőrszalonna (Barcelona)</i> ②; <i>Szarszalonna (Barcelona)</i> ②; <i>Buyern</i> (ang. <i>buy</i> 'megvesz' + <i>Bayern</i> ~ a Bayern München csapa- </p>

	ta felvárásolja riválisai elől a tehetségesebb játékosokat) ③; <i>Kristálypalack (Crystal Palace)</i> ③; <i>Deportivo Nyakonrúglak (Deportivo La Coruña)</i> ③; <i>Bárka (Barca)</i> ③; <i>Barka (Barca)</i> ③; <i>Sintérek (Inter)</i> ③; <i>Anzsi Mahalacska (Anzsi Mahacskala)</i> ③; <i>Alkoholos Bilbao (alkohol + Athletic Bilbao)</i> ④; <i>Cici (Manchester City)</i> ④; <i>Menj, cseszd el Junajtid! (Manchester United)</i> ④; <i>Szétcseszett United (Manchester United)</i> ④; <i>Rinyamadrid (Real Madrid)</i> ④; <i>Hulla Madrid (Hala Madrid ~ a Real Madrid ismert buzdításának torzítása a csapat gyenge teljesítménye után)</i> ④; <i>Inter Májföld (Inter Milan, vö. ném. Inter Mailand)</i> ④
Egyéb	<i>katalányok (katalánok + lányok ~ egyesek szerint a Katalóniában székelő Barcelona játékosai olyan érzékenyek, mint a lányok; l. minimális testi érintkezés → szimulálás)</i> ③; <i>Emptyhad (ang. empty 'üres' + Etihad ~ a Manchester City játékára egyesek szerint kevesen kíváncsiak, ezért a csapat stadionja kong az ürességtől)</i> ③; <i>Eurépa liga (Európa-liga)</i> ③; <i>Bundásliga (Bundesliga)</i> ③

3.5.2. Szóvegyítés/szándékos szóferdítés

A fentebb bemutatott minimalizálók szempontrendszerét csak tágan értelmezve sorolhatjuk közéjük az egyidejűleg két forrásszót (a továbbiakban: inputot) implikáló szóvegyüléseket (*Casemiro + Makelele > Caselele*; *Willian + Hazard > Wizard*; ang. *refree* 'játékvezető' + *Barcelona > Refreelona*), ezek létrejöttét és használatát ugyanis nem annyira a sűrítésre, a minimalizálásra való törekvés, mint inkább a stilisztikai-szemantikai „szükségyszerűség” (a hatáskeltés igénye) indokolja. A szóvegyítés mint az internetes futballszleng legkedveltebb szóalkotási művelete a nyelvi kreativitás, illetve játékosság egyik közkedvelt terepe.

3.5.2.1 A lexikai blendek (szóvegyülések) formai szempontú elemzése

A *Magyar grammatika* (Keszler szerk. 2000) különbséget tesz szóösszerántás és szóvegyülés (kontamináció) között: az előbbin az eltérő jelentésű, az utóbbin pedig a rokon értelmű szavak összerántását érti (Lengyel 2000a: 346–347).

Mivel az elemzés szempontjából nem tartom fontosnak ezt a megkülönböztetést, mindkét eljárást a szóvegyítés (az eredményét: szóvegyülés vagy lexikai blend) címszó alatt tárgyalom.

Vincent Renner (2015) a szóvegyítés [*lexical blending*] és a játékoság kapcsolatát befolyásoló tényezők öt típusát különbözteti meg: alaki összetettség [*formal complexity*], szerkezetsértés [*structural transgression*], grafikus játék a szavakkal [*graphic play on words*], szemantikai játék a szavakkal [*semantic play on words*], funkcionális játékoság [*functional ludicity*]. Az összegyűjtött nyelvi adatok formai elemzését elsősorban az alaki összetettség és a karakterjáték (l. szemantikai játék a szavakkal) felől közelítem meg (l. 4. ábra).

13. táblázat. Lexikai blendek

Játékosok	<p><i>Penaldo</i> (ang. <i>penalty</i> 'büntető' + <i>Ronaldo</i> ~ a büntetőből sikeres Cristiano Ronaldo) ①;</p> <p><i>Hisztianó</i> (<i>hiszti</i> + <i>Cristiano</i> ~ a hisztiző Cristiano Ronaldó) ①;</p> <p><i>Missi</i> (ang. <i>to miss</i> 'elvé, elhibáz' + <i>Messi</i> ~ a büntetőrúgást elhibázó Lionel Messi) ①;</p> <p><i>Lewangoalski/Lewangólski</i> (<i>Lewandowski</i> + <i>goal</i> ~ a sok gólt lövő Lewandowski) ①;</p> <p><i>Moneymar</i> (ang. <i>money</i> 'pénz' + <i>Neymar</i> ~ Neymar Barcelonából Párizsba való igazolásának okát sokan a játékos pénzhéségében, magas fizetési igényeiben látják) ②;</p> <p><i>Rinyaldó</i> (<i>rinyál</i> + <i>Ronaldo</i>) ②;</p> <p><i>Lessi</i> (<i>Lassie</i> + <i>Messi</i> ~ Messi és a kutya közötti hasonlóság: magasság?) ②;</p> <p><i>Diegol</i> (<i>Diego</i> + <i>gól</i> ~ a gólt lövő Diego Costa) ②;</p> <p><i>Fabrepass</i> (<i>Fabregas</i> + <i>passz</i> ~ Fabregas a Chelsea gólpaszfelelőse) ②;</p> <p><i>Ibrakadabra</i> (<i>Ibrahimovic</i> + <i>abrakadabra</i> ~ Ibrahimovic varázsol a pályán) ②;</p> <p><i>Foscar</i> (<i>fos</i> + <i>Oscar</i> ~ a gyenge teljesítményt nyújtó Oscar) ②;</p> <p><i>Benyó</i> (<i>Benzema</i> + <i>genyó</i>) ③;</p> <p><i>Divemar</i> (ang. <i>to dive</i> 'színészkedik, szimulál' + <i>Neymar</i>) ③;</p> <p><i>FantastIsco</i> (<i>fantasztikus</i> + <i>Isco</i>) ③;</p> <p><i>Wizard</i> (<i>Willian</i> + <i>Hazard</i> ~ a Chelsea „varázslatosan” játszó támadóduója) ③;</p> <p><i>MagIsco</i> (ang. <i>magic</i> 'varázslat' + <i>Isco</i>) ③;</p> <p><i>Caselele</i> (<i>Casemiro</i> + <i>Makelele</i> ~ az előbbi játékos kimagasló teljesítményét az utóbbiéhoz hasonlítják) ③;</p> <p><i>Bosscielny</i> (ang. <i>boss</i> 'főnök' + <i>Koscielny</i>) ③;</p> <p><i>Bluekaku</i> (ang. <i>blue</i> 'kék' + <i>Lukaku</i> ~ Lukakut összeboronálták a</p>
------------------	--

	<p>Kékek becenevet viselő Chelsea csapatával) ③; <i>Fartúró Vidal</i> (<i>far</i> + <i>Arturo Vidal</i>) ③; <i>AsensIsco</i> (<i>Asensio</i> + <i>Isco</i> ~ a Real Madrid spanyol duója) ③; <i>Paulinho</i> (<i>Paulo Dybala</i> + <i>Coutinho</i> ~ önirónia: a Barcelona szurkolói csalódottak, hogy Dybala és/vagy Coutinho helyett Paulinho érkezett a középpályára) ④; <i>LepKea</i> (<i>lepke</i> + <i>De Gea</i>) ④; <i>Robbery</i> (<i>Robben</i> + <i>Ribéry</i> ~ a Bayern München egy korszakát meghatározó támadók) ④; <i>Dembappé</i> (<i>Dembélé</i> + <i>Mbappé</i> ~ a francia válogatott fiatal tehetségei) ④; <i>Lukba</i> (<i>Lukaku</i> + <i>Pogba</i> ~ a Manchester United legdrágább játékosai) ④; <i>Pogkaku</i> (<i>Pogba</i> + <i>Lukaku</i> ~ a Manchester United sikerfelelősei) ④; <i>Lesford</i> (<i>les</i> + <i>Rashford</i> ~ a lesen tartózkodó Rashford) ④; <i>Viszkecc</i> (<i>viszket</i> + <i>Sergio Busquets</i>) ④; <i>Orrtúró Vidal</i> (<i>orr</i> + <i>Arturo Vidal</i>) ④; <i>Flopba</i> (ang. <i>flop</i> 'kudarcs' + <i>Pogba</i> ~ Pogba nagyon magas összegért igazolt a Juventustól a Manchester Unitedhez; a kritikusok szerint azonban nem lesz képes az ára alapján elvárható teljesítményre) ④; <i>Rospina</i> (<i>rossz</i> + <i>Ospina</i>) ④; <i>Messuarez</i> (<i>Messi</i> + <i>Suárez</i> ~ a Barcelona gólfelelősei) ④; <i>Gaynaldo</i> (ang. <i>gay</i> 'meleg, homoszexuális' + <i>Ronaldo</i>) ④; <i>Recordnaldo</i> (<i>record</i> + <i>Ronaldo</i>) ④; <i>Rohadtinnyó</i> (<i>rohad</i> + <i>Ronaldinho</i>) ④; <i>Rohandinnyó</i> (<i>rohan</i> + <i>Ronaldinho</i>) ④; <i>Ronáldisznó</i> (<i>Ronaldinho</i> + <i>disznó</i>) ④; <i>Puyoldinho</i> (<i>Puyol</i> + <i>Ronaldinho</i> ~ a Barcelona legendás párosa) ④; <i>Hachim Maszturbátor</i> (<i>Hachim Mastour</i> + <i>maszturbátor</i>) ④; <i>Fabreclass</i> (<i>Fabregas</i> + <i>class</i> ~ Fabregas kiváló játékos) ④; <i>Jajmár</i> (<i>jaj</i> + <i>Neymar</i>) ④; <i>Bummtiti</i> (<i>bumm</i> + <i>Umtiti</i>) ④</p>
Csapatok	<p>(<i>Manchester</i>) <i>Shity/shitty</i> (<i>Manchester City</i> + <i>shit</i> 'szar') ①; <i>Szarzenál</i> (<i>szar</i> + <i>Arsenal</i>) ①; <i>Uefalona</i> (<i>UEFA</i> + <i>Barcelona</i> ~ egyesek szerint az Európai Labdarúgó-szövetség a háttérből segíti a Barcelonát) ①; <i>Szarcseszter</i> (<i>szar</i> + <i>Manchester United</i>) ②; <i>Kassaidrid</i> (<i>Kassai Viktor</i> + <i>Real Madrid</i> ~ a magyar játékevezető egy BL-mérkőzésen sokak szerint a spanyol együttest segítette ítéleteivel) ②; <i>Bundentus</i> (<i>bunda</i> + <i>Juventus</i> ~ a Juventus 2006-os bundabotránya) ②; <i>Lúzerpool/Looserpool</i> (<i>lúzer/looser</i> + <i>Liverpool</i>) ②;</p>

	<p><i>Chelski</i> (<i>Chelsea</i> + <i>-ski/-sky</i> 'orosz toldalék' ~ gúnyos megnevezés, amely a Chelsea dúsgazdag tulajdonosának orosz származására utal) ③;</p> <p><i>Uefadrid</i> (<i>UEFA</i> + <i>Real Madrid</i> ~ egyesek szerint az Európai Labdarúgó-szövetség a háttérből a Real Madridot segíti) ③;</p> <p><i>Luserkusen</i> (<i>lúzer</i> + <i>Leverkusen</i>) ④;</p> <p><i>Losernal</i> (<i>lúzer</i> + <i>Arsenal</i>) ④;</p> <p><i>Szeszpányol</i> (<i>szesz</i> + <i>Espanyol</i>) ④;</p> <p><i>Chelshit</i> (<i>Chelsea</i> + <i>shit</i> 'szar') ④;</p> <p><i>Lesford</i> (<i>les</i> + <i>Watford</i>) ④;</p> <p><i>Szarcseszter</i> (<i>szar</i> + <i>Leicester City</i>) ④;</p> <p><i>Fifalona</i> (<i>FIFA</i> + <i>Barcelona</i> ~ egyesek szerint a Nemzetközi Labdarúgó-szövetség a háttérből a Real Madridot segíti) ④;</p> <p><i>Refreelona</i> (ang. <i>refree</i> 'játékvezető' + <i>Barcelona</i> ~ egyesek szerint a játékvezetők általában a Barcelona számára előnyös ítéleteket hoznak) ④;</p> <p><i>Rubentus</i> (ol. <i>rubare</i> 'lop' + <i>Juventus</i> ~ a Juventus 2006-os bundabotránya) ④;</p> <p><i>MadLiga</i> (<i>Madrid</i> + <i>La Liga</i> ~ egyes összeesküvés-elméletek szerint a Real Madrid legutóbbi spanyol bajnoki győzelmét „külső tényezők” is befolyásolják) ④;</p> <p><i>Fifadrid</i> (<i>FIFA</i> + <i>Real Madrid</i> ~ egyesek szerint a Nemzetközi Labdarúgó-szövetség a háttérből a Real Madridot segíti) ④;</p> <p>(<i>Real</i>) <i>Szadrid</i> (<i>szar</i> + <i>Real Madrid</i>) ④</p>
--	--

3.5.2.1.1. Alaki összetettség

A lexikai blendek alaki összetettségét a következő négy szempontból elemzem (vö. Piñeros 2011: 75; Renner 2015: 124–125): (1) a forrásszóalakok sértetlensége; (2) az átfedés megléte; (3) az átfedés mértéke; (4) az átfedés helye.

3.5.2.1.1.1. A forrásszóalakok sértetlensége

A befogadó számára egyáltalán nem okoz gondot a forrásszóalakok rekonstruálása, ha azok a blendben változatlanul megőrződnek: *Diegol* (*Diego* + *gól*); *Szeszpányol* (*szesz* + *Espanyol*), *Foscar* (*fos* + *Oscar*), *Fartúró Vidal* (*far* + *Arturo Vidal*); *Szarzenál* (*szar* + *Arsenal*); *Cashley Cole* (ang. *cash* 'pénz' + *Ashley Cole*) stb.

Csaknem teljes alaki sértetlenség jellemzi az ún. kontúrblendeket [*contour blend*] (Ronneberger-Sibold 2006: 170), amelyek megőrzik a minőségében módosult hosszabb forrásszó prozódiai struktúráját (l. szótaghossz és az angol nyelvre jellemző *stress pattern* 'hangsúlyszabály'; Renner 2015: 125). A

blendek ezen típusára a korpuszban mindössze egyetlen prototipikus példányt találtam: *Lewangolski* (*Lewandowski* + *gól*). A hosszabb forrásszó egyidejűleg építi magába és fogja közre a rövidebb szóalakot. A vizsgált kifejezés számos alakváltozatára találunk példát a világhálón. Ilyen az angol mintájú *Lewangoalski*, a rövidebb forrásszót kiemelő *LewanGOALski* és az ezen kifejezések kis kezdőbetűs változatai (*lewangoalski*, *lewanGOALski*). Az angol nyelvi példák terjedésének dominanciáját kiválóan szemléltetik az egyes alakváltozatok: az angol *goal* szóalakot implikáló *LewanGOALski* kifejezéshez 34 600, a többek között magyar *gól/gol* formát tartalmazó *Lewangolski* szóhoz pedig „mindössze” 22 100 szó szerinti találatot rendel a Google (vö. *Looserkusen*, *Luzerkusen*, *Lúzerkúzen*) [2018. 02. 03.].

Az alaki sértettség alacsonyabb fokát prezentáló blendek a forrásszóktól mindössze egyetlen beszédhangban különböznek (aláhúzással jelölöm a módosított fonémát). Ezek rekonstruálása általában az előző típusokhoz hasonlóan problémamentesen zajlik: *Szarszelóna* (*szar* + *Barcelona*), *Lesford* (*les* + *Rashford* [resford]), *Manchester Shity* [siti] (*Manchester City* + ang. *shit* ’szar’), *Lessi* (*Lassie* + *Messi*), *Missi* (ang. *to miss* ’elvélt, elhibáz’ + *Messi*) stb.

A megértést nehezítik az eredeti szóalako(ka)t csonkán implikáló blendek (aláhúzással jelölöm a célszóból hiányzó szegmenseket): *Budentus* (*bunda* + *Juventus*), *Lúzerkúzen* (*lúzer* + *Leverkusen*), *Jajmár* (*jaj* + *Neymar*), *Divemar* (ang. *to dive* ’színeszkedik, szimulál’ + *Neymar*) *Uefalona* (*UEFA* + *Barcelona*) stb. A példák alapján a jelenséget akár álormorfémacserének is nevezhetnénk, hiszen az alapszó egy vélt morfémáját (*Lever**, *Ney**, *Barce**) egy valós tömorfémával (*lúzer*, *jaj*, *UEFA*) helyettesítjük.

3.5.2.1.1.2. Az átfedés megléte

Formai szempontból optimálisnak tekinthetők azok a blendek, amelyek létrejöttét a forrásszók közös elemei is motiválták. A szóelemek átfedésére a korpuszban számos példát találunk (a metszetet aláhúzással jelölöm): *Hisztiánó* (*hiszti* + *Cristiano Ronaldo*); *Fabrepass* (*Fabregas* + *passz*); *Viszkecc* (*viszket* + *Sergio Busquets*); *Chelski* (*Chelsea* [cselszi] + *-ski/-sky* ’orosz toldalék’) stb.

Az elterjedés és „életbenmaradás” szempontjából kevésbé előnyösek a forrásszók közös halmazát nélkülöző blendek. A korpuszban is alig akad olyan példa, amelynek létrejötte kizárólag szemantikai/pragmatikai alapon lenne indokolható: *Szarcsester* (*szar* + *Manchester/Leicester*); *Lesford* (*les* + *Watford*); *Uefalona* (*UEFA* + *Barcelona*); *Gaynaldo* (ang. *gay* ’meleg, homoszexuális’ + *Ronaldo*).

3.5.2.1.1.3. Az átfedés mértéke

A metszet megléte vagy meg nem léte helyett célszerűbb azt vizsgálni, hogy milyen az átfedés mértéke. A blendeket alkotó forrásszók általában két vagy három eleme esik egybe, sokkal ritkább az egyelemű érintkezés. Mindez azzal magyarázható, hogy az átfedés fokának a növekedésével egyenesen arányos az adott kifejezés elterjedésének az esélye. Egyelemű metszet (aláhúzással jelölve): *Flopba* (ang. *flop* 'kudarc' + *Pogba*). Kételemű metszet: *Lesford* (*les* + *Rashford*); *Fartúró Vidal* (*far* + *Arturo Vidal*); *Manchester Shity* (*Manchester City* + ang. *shit* 'szar'). Háromelemű metszet: *Lessi* (*Lassie* + *Messi*); *Viszkecc* (*viszket* + *Sergio Busquets*); *Penaldo* (ang. *penalty* 'büntető' + *Ronaldo*).

3.5.2.1.1.4. Az átfedés helye

A forrásszók átfedésére szinte mindig a szóhatáron kerül sor: *Rinyaldó* (*rinyál* + *Ronaldo*); *Diegol* (*Diego* + *gól*); stb. Nagyon ritka a többelseji átfedés (aláhúzással jelölöm): *Flopba* (ang. *flop* 'kudarc' + *Pogba*), *Budentus* (*bunda* + *Juventus*), *Fabrepasz* (*Fabregas* + *passz*).

3.5.2.1.2. Karakterjáték

„A szavakkal való grafikai játék a szójátékosság olyan technikáit gyűjti egybe, amelyek formailag csak az írott szövegeken keresztül érzékelhetők. A grafikus vegyülés szigorú értelemben véve megfelel azoknak az eseteknek, amelyekben a célszó homofón kapcsolatban áll az egyik forrásszóval. [...] A szavakkal való grafikai játék egyéb esetei magukba foglalják a kis és nagy kezdőbetűk váltakozását [...], illetve a zárójelek [...] vagy szimbólumok használatát”⁹ (Renner 2015: 127–128, ford. I. B.). A renneri definíció alapján és a korpuszt is figyelembe véve a karakterjáték két csoportját különböztetem meg: szimbólumjáték, szókiemelés (l. 14. táblázat).

⁹ „Graphic play on words groups together the techniques of wordplayfulness which are formally perceptible only in writing. Graphic blending corresponds *sensu stricto* to cases in which the output is homophonous with one of the source words [...] Other cases of graphic play on words involve the alternation of capital and lower-case letters [...] and the use of parentheses [...] or symbols”.

14. táblázat. Szimbólumjáték és szókiemelés

	Outputok, inputok, gyakoriság
Szimbólumjáték	<p><i>4senal</i> / <i>4rsenal</i> (4 + Arsenal ~ az Arsenal a 4. helyen végez) ①; <i>P\$G</i> (PSG + \$ 'dollár, pénz' ~ dollármilliókért összevásárolt csapat) ②; <i>Sp*rs</i> / <i>Sp?rs</i> (<i>Spurs</i> + * vagy ? 'a káromkodást helyettesítő szimbólum' ~ a Tottenham Hotspur becenevének szitokszóként való kezelése) ②; <i>Manchester \$hity</i> / <i>Man \$ity</i> (<i>Manchester City</i> + <i>shit</i> 'szar' + \$ 'dollár, pénz' ~ pénzből összevásárolt szar csapat) ③; <i>Champ12ns</i> (ang. <i>Champions</i> 'bajnokok' + 12 ~ a Real Madrid tizenkettedszer hódította el a BEK/BL-trófeát) ③; <i>CH4MPIONS</i> (ang. <i>Champions</i> 'bajnokok' + 4 ~ a Real Madrid negyedszer lett Európai Szuperkupa-győztes) ③; <i>Ca\$hley Cole</i> (ang. <i>cash</i> 'készpénz' + <i>Ashley Cole</i> + \$ 'dollár, pénz' ~ Cole az anyagi érdekeket a sportszakmai szempontok elé helyezi) ④; <i>AC3NSIO</i> (<i>Asensio</i> + <i>c3</i> 'szív' ~ a szurkoló kedveli Marco Asensio játékát) ④</p>
Szó-kiemelés	<p><i>paraSTOKE</i> (<i>paraszt</i> + <i>Stoke</i> ~ a Stoke City kemény vagy alattomos stílusára utal) ③; <i>EjakuLAZIO</i> (<i>ejakuláció</i> + <i>Lazio</i>) ③; <i>BURNley</i> (ang. <i>burn</i> 'ég, égés' + <i>Burnley</i> ~ a Chelsea egyik veresége után: <i>A BURNley meccs első félideje hatalmas égés volt Abráéknak</i>) ③</p>

3.5.2.1.2.1. Szimbólumjáték

A jelkép „valamilyen fogalomnak és a hozzá kapcsolódó érzéseknek, hangulatnak valamilyen érzékelhető jelenség általi jelölése, megnevezése” (Kugler–Tolcsvai Nagy 2000: 230). Az online futballközösségek által használt egyik leggyakoribb szimbólum a dollárjel (\$), amelyet az ellenszimpatizánsok a dúsgazdag üzletemberek felvásárolta csapatok, és a meggazdagodást a sportszakmai vagy erkölcsi szempontokkal szemben (pl. állandó játéklehetőség, fejlődés, csapathűség) előnyben részesítő játékosok vizuális megnevezéseiben kódolják. Gyakori példák: *Manchester \$hity* (*Manchester City* + ang. *shit* 'szar' + \$ 'dollár, pénz' ~ pénzből összevásárolt gyenge csapat); *P\$G* (PSG + \$ 'dollár, pénz' ~ dollármilliókért összevásárolt csapat); *Ca\$hley Cole* (ang. *cash* 'készpénz' + *Ashley Cole* + \$ 'dollár, pénz' ~ Cole az anyagi érdekeket a sportszakmai szempontok elé helyezi). A dollárjel azonban a vonatkozó

példákban nemcsak tartalmilag, hanem formailag is motivált, hiszen alaki hasonlóságot mutat az általa helyettesített *s/S* betűvel.

A szimbólumjáték egy különálló csoportját képezik az Arsenalt kifigurázó esetek, amelyekre az internetes mémek egy tágabb értelemben vett egyedi csoportjaként is tekinthetünk (l. gyors terjedés, modifikáció; a futballmémekről bővebben: Istók 2017b, 2017e). Az Arsenal-mémek két alapesete a *4rsenal* és a *4senal* (*4 + Arsenal*), a négyes szám mint pragmatikai utalás (a negyedik helyen végző Arsenal) azonban nemcsak monomediális környezetben, hanem kép–szöveg konglomerátumokban egyaránt megjelenhet.

A Chelsea- és az Arsenal-szurkolók körében nagyon népszerű a városi rivális Tottenham Hotspur becenevének szitokszóként való láttatása: a csillag és a kérdőjel mint káromkodást helyettesítő szimbólumok jelennek meg a *Sp*rs* és a *Sp?rs* szóalakokban.

3.5.2.1.2.2. Szókiemelés nagybetűvel

A nagybetűvel való szókiemelés mint szóalkotási művelet a karakterjáték egy ritkább, de annál kreatívabb típusa. Szűkebben értelmezve csak azok a kimenetek sorolandók ide, amelyek fonikusan (az időtartam-változást leszámítva) megfeleltethetők a bemenetek egyikének (l. a hosszabb input). A kiemelés (l. a rövidebb input) írásban a ko-textus nélkül is érzékelhető, a beszélt nyelvben viszont csak a nyelvi környezetből vagy a beszédhelyzetből rekonstruálható. A szókiemelés prototipikus példái az *ejakuLAZIO* (*ejakuláció + Lazio*) és a *paraSTOKE* (*parasztok + Stoke*) kifejezések. A kigúnyolandó csapat (SS Lazio, Stoke City) nevét mindkét esetben egy közönséges stílusú nyelvi elem implicálja.

A kategóriát tágabban értelmezve az egyik forrásszót változatlanul megőrző és nagybetűvel kiemelő blendek is gazdagíthatják (pl. *SZARzenal*, *FOScar*, *UEFAlona*, *DieGOAL*, *MadLIGA*), ezek azonban formaesztétikai szempontból kevésbé kreatívak, hiszen a kimenet nem identikus teljesen egyik bemenettel sem. A disszonancia eredménye, hogy a szűkebben vett esetekkel szemben a blendet alkotó inputok hangosítva is észlelhetők.

3.5.2.2. A lexikai blendek (szóvegyülések) szemantikai jellemzői

Jelentésbeli szempontból számunkra nem annyira a minimalizálók, mint inkább a funkcionális kognitív nyelvelméleti keretbe illeszkedő lexikai blendek az érdekesek. Ezek általában egy adott játékos, csapat valós vagy vélt tulajdonságát

fetisizálják (l. hiperbola). Az első input tipikusan a jelző, a második pedig a jelzett szó szerepét tölti be (pl. *Moneymar* ~ a pénzért futballozó Nemyar; *Uefadrid* ~ az UEFA által támogatott Real Madrid; *Bundentus* ~ a bundázó Juventus). A korpuszban a negatív tulajdonságokat kiemelő blendek vannak túlsúlyban. Ezek újra és újra visszatérő leminősítő, durva vagy trágár kifejezéseket is tartalmazhatnak (pl. *szar*: *Szarzenál*, *Szarcseszter*, *Szarszelóna*, *Szarszalonna*, *Szarsza*, *Szadrid*; ang. *shit* 'szar': *Shity*, *Chelshit*; *lúzer*: *lúzerpool*, *Luserkusen*, *Losernal*). Blendpároknak azokat az outputokat nevezem, amelyek közül az egyik használata nagy eséllyel idézi elő a másik megjelenését mint válaszreakciót (pl. *Penaldo* – *Missi*; *Arsenal* – *Sp*rs*; *Bőrszalonna* – *Margit*). A blendháló kifejezést pedig arra a viszonyrendszerre alkalmazom, amelyben nemcsak két, de legalább három output is ellentétes kapcsolatban áll egymással (pl. a Premier League nagyobb csapatai: *Szarcseszter* – *Szarzenál* – *Shity* – *Cselszki* – *Lúzerpool* stb.).

A korpuszban találunk néhány poliszém blendet is. Ezek jelentését a szövegkörnyezetükből tudjuk pontosan meghatározni. Például a *Diegol* (*Diegoal*) szóalak jelölheti a gólokat lövő Diego Costát, de a Costa által megszerzett valamelyik fontos vagy emlékezetes gólt is; a *Fabrepass* kifejezés pedig a gólpasszokat kiosztó Fabregast, és a játékos által jegyzett konkrét asszisztot is.

A korpusz egy különálló csoportját alkotják a játékosok (általában csapattársak) neveit implikáló blendek (pl. *Dembappé* 'Dembélé + Mbappé'; *Lukba* 'Lukaku + Pogba'; *Pogkaku* 'Pogba + Lukaku'), amelyek a hasonló funkciójú „névolvasztó” betűszóknál (pl. *BBC*, *MSN*, *RIP*) ritkábban fordulnak elő. A legkevésbé sikeres outputoknak azok tekinthetők, amelyek egymással szoros (pl. csapattársi) kapcsolatban nem álló személyek (futballisták, edzők) neveit vegyítik (pl. *Pepsi* 'Pepe + Messi'; *Pepperoni* 'Pepe + Rooney'; *Messenger* 'Messi + Wenger'; l. 21. ábra).



21. ábra: Forgatókönyv nélküli blendek

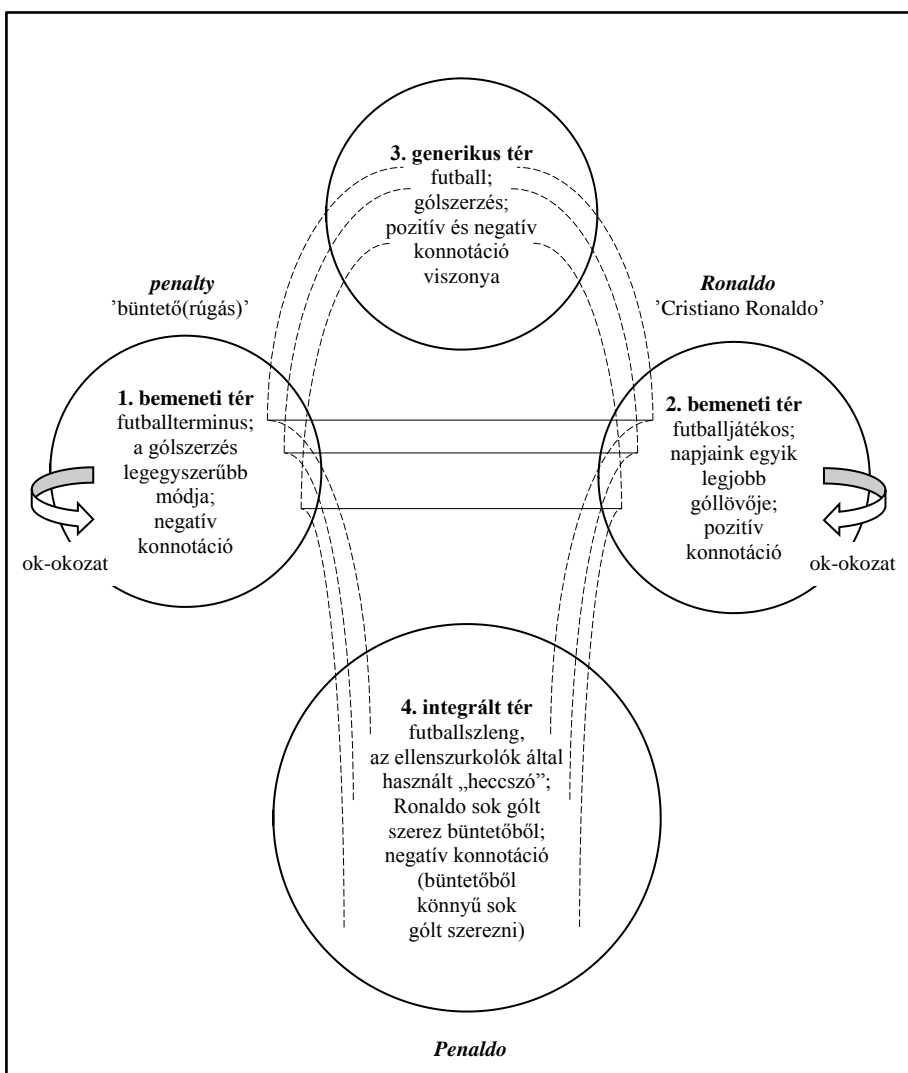
A nyelvi játék „olyan nyelvi forma, amely eltér a megszokott alakoktól, szerkezetektől, és az eltérésben valamilyen játékos elemet tartalmaz, mert nem tartja be a közösségi nyelvi szabályokat, s a nyelvi formára magára irányítja a figyelmet” (Kugler–Tolcsvai Nagy 2000: 172). A funkcionális kognitív nyelvészet a szójátékok korábbi, általában formai-szerkezeti alapú elemzése mellett lehetővé teszi azok szemantikai szempontú megközelítését is (Varga 2012: 4; vö. Ladányi–Tolcsvai Nagy 2008: 21–26).

A Gilles Fauconnier és Mark Turner által kidolgozott blendingelmélet (Fauconnier 1994, 2004: 666–670, 2007: 351–376; Fauconnier–Turner 1998, 2002: 39–57; Turner 2007: 377–393) alkalmas lehet az újszerű futballszleng-kifejezések szemantikai szerkezetének a bemutatására (vö. Sólyom 2010, 2012; Tolcsvai Nagy 2010: 96–103, 2013: 228–232; Varga 2012; Palágyi 2016). A szóvegyítésen alapuló szójáték is értelmezhető a fogalmi integrációs modell (ang. *blending* ’elegyítés, vegyítés’) keretein belül (l. Varga 2012; Renner 2015).

Tolcsvai Nagy a fogalmi integrációt egy „dinamikus, aktuálisan kialakuló fogalmi szerkezet[ként]” definiálja: „két fogalom [...] az adott kontextusban összetett és új jelentést hoz létre. Az új jelentés lehet alkalmi vagy konvencionálódhat” (2010: 96). A különböző tudáselemekből kialakuló mentális terek mint fogalmi tartományok (Tolcsvai Nagy 2010: 98; l. még Fauconnier 2007) „nem közvetlenül nyelvi jelenség[ek], de elősegíti[k] a nyelvi konstruálást

és a tartalmak kidolgozását” (Varga 2012: 5). A vegyülés műveletében általában négy mentális tér – két bemeneti, egy generikus és egy integrált tartomány – vesz részt. A két bemeneti tér különböző fogalmi megfelelések – párhuzamba állítható sajátosságok (l. vízszintes vonalak) – révén kapcsolódik össze. A blending műveletét a bemeneti terek minden elemére érvényes jellemzőket implikáló generikus tér koordinálja (Tolcsvai Nagy 2010: 99), az integrált tér, vagyis az elegyítés tartománya viszont már csak a bemeneti terek néhány szelektált elemét tartalmazza (Coulson–Oakley 2003: 55; l. még Sólyom 2012: 269).

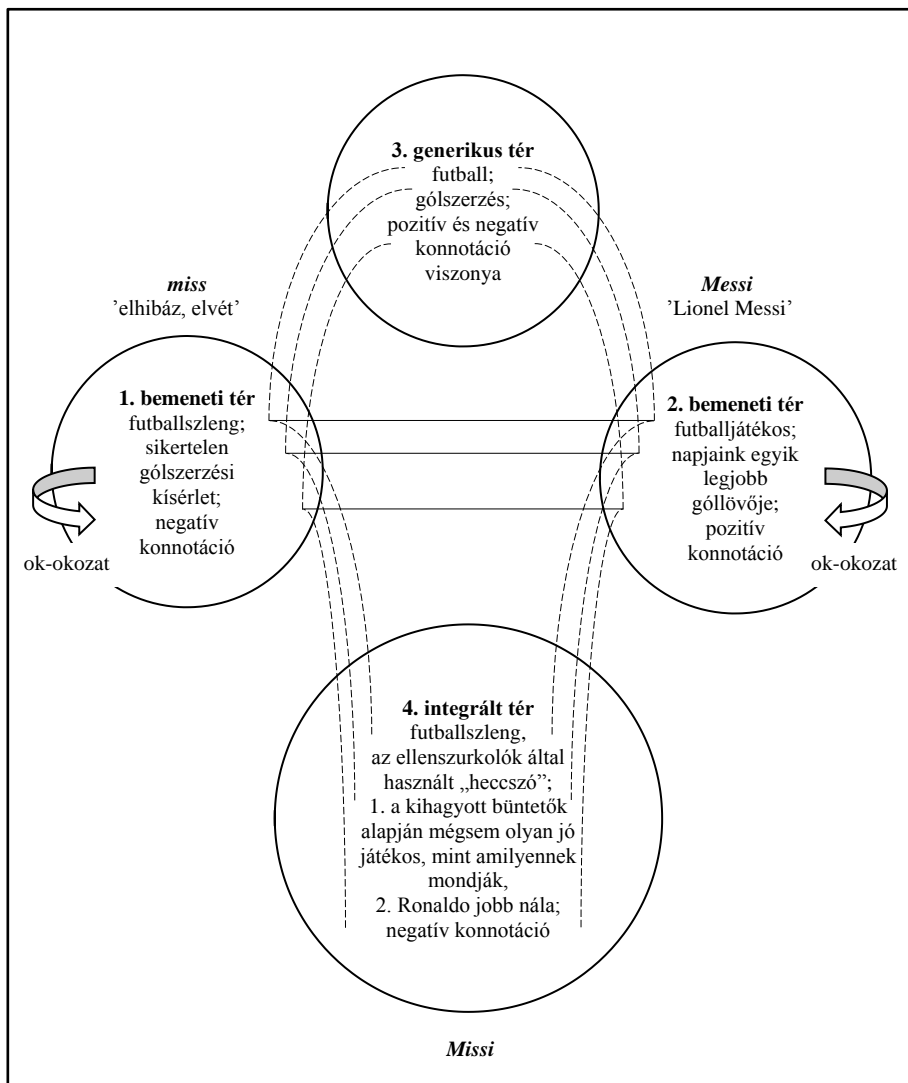
A fogalmi integráció sikere öt optimalitási feltételtől függ (Fauconnier–Turner 1998: 162–163; Sólyom 2010: 276, 2012: 270; Tolcsvai Nagy 2013: 230; l. még Pereira–Cardoso 2003; Martins et al. 2016): (1) integráció: a blendnek egy egységes, „szorosan” integrált jelenetet (forgatókönyvet) kell leképeznie; (2) topológia: a blend elemei közötti kapcsolatoknak meg kell egyezniük a bemeneti terek és az ezen tartományok elemei között fennálló viszonyokkal; (3) háló: a blendnek a bemeneti terekkel szoros kapcsolatban kell állniuk; (4) kicsomagolhatóság: a blendnek lehetővé kell tennie a bemeneti terek, a megfelelések, a generikus tér és a tartományok közötti kapcsolatok hálójának a rekonstruálását; (5) relevancia (jó ok): indokoltnak kell lennie, ha egy elem megjelenik a blendben.



22. ábra: A *Penaldo* kifejezés fogalmi integrációja

A *Penaldo* főnév tudatos, stilisztikai, elterjedt, írott beszélt nyelvi szóalkotás, amely az angol *penalty* 'büntetőrúgás' köznév és a *Ronaldo* tulajdonnév elegyítésével jött létre. Netologizmusnak csak részben tekinthető: elsősorban az interneten fordul elő (✓), az elmúlt tíz-tizenöt év terméke (✓), széleskörűen használatos (✗). Terjedése az optimalitási feltételek teljesülésével magyarázható. A bemeneti terek kapcsolódását a kifejezések közötti szerkezeti és jelentésbeli megfelelések indokolják (l. 22. ábra). Az alaki átfedés mértéke magas (három

elem): *penalty* – *Ronaldo*. A bemeneti tereket összekötő vízszintes vonalak a következő jelentésbeli megfeleléseket implicálják: futballnyelv (futballterminus – futballjátékos); gólszerzés (a gólszerzés egyik módja – napjaink egyik legjobb góllövője); konnotációk szembenállása (negatív – pozitív). A blend egy könnyen dekódolható forgatókönyvet modellál: Cristiano Ronaldo a megítélt büntetőinek köszönheti góljainak magas számát.



23. ábra: A *Missi* kifejezés fogalmi integrációja

A *Missi* főnév tudatos, stilisztikai, elterjedt, írott beszélt nyelvi képződmény, amely az angol *to miss* 'elhibáz, elvét' ige és a *Messi* tulajdonnév vegyítésével keletkezett. Netologizmusként való meghatározása széleskörű használata miatt megkérdőjelezhető. Az integráció során a formai és jelentésbeli optimalitási feltételek egyaránt teljesülnek (l. 23. ábra). A forrásszók három eleme azonos: *to miss* – *Messi*. A bemeneti terek a következő jelentésbeli megfeleléseket adják: futballnyelv (futballterminus – futballjátékos); gólszerzés (sikertelen gólszerzési kísérlet – napjaink egyik legjobb góllövője); konnotációk szembenállása (negatív – pozitív). A blend explicit és implicit síkon a következő integrált jelenetet képezi le: az elhibázott büntetők alapján Messi mégsem olyan jó játékos, mint amilyennek sokan tartják; Ronaldo jobb játékos nála, hiszen vele ellentétben legalább belövi a büntetőket (vö. *Penaldo*).

A vizsgált minta elemeinek jelentős része teljesíti a blenddel szemben támasztott optimalitási feltételeket. Ennek legfőbb oka az lehet, hogy a gyűjtést olyan oldalakon, csoportokban végeztem, melynek tagjai részt vesznek az online futballközösségek alakításában, naponta olvasnak futballal kapcsolatos cikkeket, posztokat, kommenteket, olykor pedig hozzá is szólnak az adott témához. Ennek köszönhető, hogy a vizsgált korpusz túlnyomórészt prototipikus – a világhálón rendszeresen olvasott és használt – elemeket, vagyis „jó” példányokat tartalmaz (vö. Tolcsvai Nagy 2013: 114–129). Ezek az elemek a szemantikai kritériumok mellett általában a formai elvárásoknak is megfelelnek. A pragmatikai-szemantikai feltételeket nem teljesítik az egyetemi, kispályás focibajnokságok tréfás csapatnevei (vö. Tóth–Kaszián 2011): *Szeszpányol* (*szesz* + *Espanyol*), *Alcoholic Bilbao* (*alkohol* + *Athletic Bilbao*), *Deportivo Nyakonrúglak* (*Deportivo La Coruña* + *nyakon rúglak*) stb. Ezekben a példákban az alacsonyabb osztályú, amatőr bajnokságokról kialakuló (negatív) sztereotípián alapuló asszociációk (pl. alkohol, verekedés) kapcsolódnak egy-egy ismert spanyol csapat nevéhez. A szándékos szóferdítéssel vagy szóvegyítéssel létrejövő ilyen kifejezések azért ritkábbak a világhálón, mert elsősorban az egyetemi, kispályás ligákban van létjogosultságuk, a La Liga csapataira vonatkoztatva nem aktiválnak valós forgatókönyvet.

3.5.3. Szóhatár-eltolódás

A *mai magyar nyelv rendszere* (Tompá szerk. 1961) a szóhatár-eltolódást a szóalak-változtatás egy nagyon ritka típusának tartja (Tompá 1961: 466). E szóalkotási módra az internetes kommunikáció futballregiszterében is alig

találunk példát, néhányat viszont a játékossága miatt beépítettem a korpuszba. Az akadémiai nyelvtan a művelet lényegét abban látja, hogy az egymás után következő szavak egyikének a vége a másik elejéhez kapcsolódik (uo.). A korpuszban azonban nemcsak olyan outputokat találunk, amelyek szódarabok leszakadásával és azok más elemekhez való tapadásával keletkeznek (pl. *A Tonic rossz < Toni Kroos*), hanem olyanokat is, amelyek pusztán szavak kettéválásával jönnek létre (pl. *Mi kell, Arteta < Mikel Arteta*) (l. 15. táblázat).

15. táblázat. Szóhatár-eltolódás

Outputok, inputok, gyakoriság
<i>Se villa, se kanál (Sevilla)</i> ③; <i>Na ne WITSELj! (Axel Witsel)</i> ③; <i>Mi kell, Arteta? (Mikel Arteta)</i> ④; <i>Obi, mi kell? (Obi Mikel)</i> ④; <i>A Tonic rossz (Toni Kroos)</i> ④; <i>Este akár tőBET IS kaphatott volna a Real (Betis ~ a Real Betis Real Madrid felett aratott 1:0-s győzelme után)</i> ④

3.6. Eredmények, következtetések

A futballal kapcsolatos Facebook-tartalmakból megközelítőleg 250 tulajdonnév-variánst sikerült összegyűjtenem egy év alatt. Az ezekből felállított korpusz igazolja azt a hipotézisemet, hogy az általam „gyakoritkának” nevezett szóalkotási eljárások a digitális futballregiszter közkedvelt szógyártó műveletei. Míg a minimalizálók egy része nemcsak az interneten, hanem szóban és a nyomtatott sajtóban is terjed, addig a hatáskeltők tipikusan a világháló kommunikációjához kapcsolódnak. Ez lehet az oka annak, hogy az előbbiek között az utóbbiaknál jelentősen több terjedő vagy már elterjedt kifejezést is találunk. A tulajdonnevek legtöbb továbbgondolt variánsa szóvegyítéssel vagy szándékos szóferdítéssel, illetve szóértelmesítéssel keletkezik. Minél híresebb egy játékos vagy csapat, annál nagyobb az esélye annak, hogy a nevének több modifikált változata is létrejön. Az egyes tulajdonnevekhez ugyanakkor nemcsak pozitív (*Isco: FantastIsco, MagIsco, AsensIsco, Disco*), de negatív konnotáció is kapcsolódhat (*Neymar: Moneymar, Gaymar, Divemar, Jajmár, Nemár*). Míg az előbbi dicsér, éltet vagy (fel)magasztal, addig az utóbbi leszól, lejárat, leminősít. A kifejezések tehát már önmagukban is alkalmasak arra, hogy cselekedjünk – szurkoljunk (pl. éltessünk egy játékost) vagy ellenszurkoljunk (beszóljunk

valakinek) – általuk (a beszédaktus-elméletről l. Austin 1990 [1962] és Searle 2009 [1969]; a beszólásról mint beszédaktusról pedig: Batár 2007). A gyűjteményben az ellenszurkolásra, illetve a beszólásra alkalmas outputok túlsúlyban vannak a játékosokat, csapatokat éltető kifejezésekkel szemben. Ennek többek között az lehet az oka, hogy egy-egy negatív outputot tartalmazó komment analógiás válaszreakcióra ösztönzi az ellenfél szurkolóit (l. blendpárok és blendhálók). A „gyakoritka” kifejezések terjedését a következő szempontok segítik elő:

1. általános feltételek

- a) CMD-támogatottság (csoportnyelviség: szurkolói közösségek);
- b) aktualitás és népszerűség (aktuális tartalom, ismert játékosok vagy csapatok);
- c) internacionalitás (közvetlen kölcsönzések az angol nyelvből);
- d) minimalizáló jelleg (alaki redukció és időnyerés mint gyakorlati cél; vö. Istók–Szerdi 2016a, 2016b; Istók 2016: 74);
- e) kívánt hatás elérése (pl. felháborodás, megbántás, nevetés)

2. egyedi feltételek

- a) szórővidítés: hosszú vagy nehezen megjegyezhető (kimondható, leírható) nevek rövidítése; a szóalak utolsó tagjának csonkulása; egyszótagú, mássalhangzóra és kétszótagú, magánhangzóra végződő output;
- b) jelentéstapadás: kételemű csapatnevek jelzős redukciója (vö. Jakab 2010);
- c) mozaikszó-alkotás: a legismertebb játékosok vagy csapatok betűszói; poliszém és homonim névvariánsok;
- d) szándékos szóferdítés/szóértelmesítés: az inputok felismerhetősége, csupán részleges megsértése;
- e) szóvegyítés/szándékos szóferdítés: az inputok felismerhetősége; a forrásszóalakok sértetlenségének és átfedésének magas foka; átfedés a szóhatáron; valós vagy vélt forgatókönyv leképezése (l. optimalitási feltételek: Fauconnier–Turner 1998: 162–163).

4. Az internetes mémek definiálásának és osztályozásának lehetőségei

Christa Dürscheid és Karina Frick a digitális kommunikációról és annak mindennapjainkra gyakorolt hatásairól szóló monográfiájában az internetes mémek kutatásának időszerűségére hívja fel a figyelmet: „Egységes mémdefiníció még nem áll a rendelkezésünkre, ami többek között azzal magyarázható, hogy mind ez idáig csupán néhány tudományos igényű dolgozat született a témában”¹⁰ (2016: 69, ford. I. B., vö. Istók 2017c: 264). Hasonlóan vélekedik a problémáról Andreas Osterroth is, aki szerint „[a]z internetes mém a különböző tudományterületek alig kutatott jelensége”¹¹ (2016: 443, ford. I. B.).

A legtöbb mémdefiníció túl általánosan írja körül az internetes mémek jelenségét, fogalmát. Ilyen például Dürscheid és Frick meghatározása: „[k]épek, videók vagy szövegek víruszerű terjedéséről van szó. Ezekre egyrészt a mindenkori motívumok ismétlődése, variálódása és elidegenedése, másrészt pedig egy rendszerint humoros összetevő felmutatása a jellemző”¹² (2016: 68–69, ford. I. B., vö. Istók 2017c: 264).

E fejezet (vö. Istók 2018a) célja a fenti problémamegjelölésből kiindulva az internetes mémek definiálása, valamint egy olyan leíró és osztályozó rendszer kialakítása, amely alkalmas lehet az internetes mémek (különösen, de nem csak a kép–szöveg konglomerátumok) nyelvészeti szempontú befogadására. Mivel a tisztán lingvisztikai alapú vizsgálatok nem fordíthatnak kellő figyelmet a mémek mint komplex jelek egyes összetevőinek, azok funkcióinak, valamint egymáshoz fűzött viszonyainak – a mémstruktúra dinamikájának – az elemzésére, az elsődlegesen képalapú internetes mémek kutatását egy nyelvész leginkább nyelvészeti-szemiotikai keretben képzelheti el.

¹⁰ Eredetiben: „Eine einheitliche Definition des Phänomens steht jedoch noch aus, was auch daran liegt, dass es bislang kaum wissenschaftliche Arbeiten dazu gibt”.

¹¹ Eredetiben: „The internet meme is a hardly researched phenomenon across all disciplines”.

¹² Eredetiben: „Es handelt sich dabei um die virale Verbreitung von Bildern, Videos oder Texten. Charakteristisch für solche Memes ist einerseits, dass die jeweiligen Motive wiederholt, variiert und verfremdet werden, und andererseits, dass die Memes in der Regel eine humoristische Komponente aufweisen”.

Osterroth a nyelvtudomány és a képek kapcsolatáról szóló rövid történeti áttekintésében (2015: 27–28) felhívja a figyelmet arra, hogy míg a hagyományos lingvisztika csak az írott és a beszélt nyelvet vizsgálja, vagyis kutatásának tárgya nem terjed ki a képekre, addig a modern nyelvtudomány számára a képek elemzése sem ismeretlen terület (27). Ez utóbbi meglátást igazolja (Osterroth 2015: 27–28 nyomán) Michael Klemm és Hartmut Stöckl 2011-ben megjelent „*Bildlinguistik*”... [„Képnyelvészet”...] című tanulmánya is: „Kétségtelen, hogy a nyelv mellett a képek is a világ reprezentációjának, interpretációjának és birtokba vételének a legfontosabb jelközvetítő eszközei. [...] A képtudomány és vele együtt a képnyelvészet feladata az, hogy ezt a tudást és az alapvető szabályokat explicitté tegye, a jelhasználat mögötti mintaszerűségeket felismerje, és a tudomány, valamint a gyakorlat különböző célcsoportjai számára gyümölcsözővé tegye”¹³ (Klemm–Stöckl 2011: 7, 10, ford. I. B.). Dürscheid és Frick (2016: 70, vö. Istók 2017c: 264) szerint a képi kommunikáció népszerűsége ellenére sem fenyeget bennünket az egyes kultúrpeszsimista nézetek által beharangozott ikonikus vagy piktoralis fordulat, az elsődlegesen képalapú kommunikációs formák ugyanis rendszerint valamilyen szövegre irányítják a figyelmet.

A vizsgálatom korpuszát az angol labdarúgó-bajnokságban szereplő Arsenal csapatával kapcsolatos internetes mémek alkotják.

4.1. Az internetes mémek kutatása a magyar szakirodalomban

Az internetes mémek iránti tudományos érdeklődés kezdete a 2000-es évek végén, illetve a 2010-es évek elején körvonalazódik. Igaz ugyan, hogy 2013 óta magyar nyelven is jelentek meg tanulmányok a témában (pl. Horváth–Mitev–Veszelszki 2013; Veszelszki 2013b; Domokos–Vargha 2015), valódi fordulópontnak magyar szakirodalmi szempontból mégis a 2016-os évet tartom. Az *E-nyelv Magazin* című elektronikus folyóirat 2016 nyarán, az *Apertúra* (*Film–Vizualitás–Elmélet*) nevű online periodika pedig 2016 őszén közölt egy-egy teljes számot az internetes mémekről: az előbbi az *Internetmém – Hungaromém* (Szűts szerk. 2016), az utóbbi pedig az *Internetes mémek* –

¹³ Eredetiben: „Zweifelsohne zählen Bilder neben der Sprache zu den wichtigsten zeichenvermittelten Instrumenten der Repräsentation, Interpretation und Aneignung von Welt. [...] Aufgabe der Bildwissenschaft und damit auch einer Bildlinguistik ist es, dieses Wissen und die konstitutiven Regeln explizit zu machen, das Musterhafte hinter diesen Zeichenverwendungen zu erkennen und für verschiedenste Zielgruppen in Wissenschaft und Praxis fruchtbar zu machen”.

(poszt?)memetika (Pölcz–Matuska szerk. 2016) címen jelent meg. Ugyanebben az évben vált elérhetővé Papdi-Pécskői Viktor *Internetes mémek és jelenségek enciklopédiája* című e-könyve, amely 2017 óta nyomtatott formában is olvasható. Tudomásom szerint ez az első, illetve mind ez ideig az egyetlen magyar nyelvű könyv a témában.

4.2. Az internetes mémek kutatásáról általánosan: megbélyegzés és lehetőségek

Az internetes mémek tudományos igényű kutatását általában az hátráltatja, hogy a vizsgálat tárgyát többen „komolytalannak”, „elemzésre kevésbé méltónak” tartják. Sas István reklámfilmrendező és reklámpszichológus rámutat a jelenségekben rejlő ambivalenciára: szerinte a mém „annyira idétlen, hogy már jó, annyira borzalmas, hogy ettől érdekes vagy annyira értelmetlen, hogy elgondolkodtató” (Ritter 2011). Ma már azonban egyre nyilvánvalóbb, hogy az internetes mémek kutatásának létjogosultsága több szempontból is igazolható.

4.2.1. Divat és hétköznapiak

A memetikusan terjedő képek, szövegek, kép–szöveg konglomerátumok rendkívüli népszerűsége már önmagában is kellőképpen indokolja azok tudományos módszerekkel történő kutatását. Az internetes mémek „a 21. századi hálózati kultúra egyik legegységibb és legújszerűbb jelenségcsoportját” (Pölcz 2017) alkotják; olyan populáris kommunikációs egységek, amelyek alkalmasak arra, hogy a hétköznapi internetfelhasználót – különösen a Facebook-olvasót – napi szinten szórakoztassák, felháborítsák vagy épp megrendítsék (l. beszédaktusok). Geszti Péter dalszövegíró, énekes és reklámszakember a slágerekben látja a mémek előzményét: sláger „az, ami a fülünkön bemegy, és a könyökünkön jön ki”. Bár szerinte a mém és a sláger nem teljesen ugyanaz a fogalom, de „mint jelenség [...] nagyon hasonlít egymásra”, mégpedig abban, hogy érdeklődésünk mindkettő iránt „spontán”, ami a reprodukálás egyik előfeltétele (W19).

4.2.2. Reklám és marketing

A mémekben¹⁴ rejlő gazdasági lehetőségekre már Magyarország nagyvállalatai is felfigyeltek: elsősorban a sikeres marketingkommunikációs stratégia kialakí-

¹⁴ Itt nemcsak az internetes mémekre, hanem a legtágabb értelemben vett mémfogalomra gondolok.

tásában használják fel őket, hiszen inspiráló hatással lehetnek a gondolkodásunkra (vö. Karafiáth 2014: 39).

4.2.3. Élmény és oktatás

Az internetes mémek mint a diákok által rendkívül népszerű – nemcsak olvasott, hanem lájkkal és megosztással terjesztett, valamint egy bizonyos minta alapján a barátaik, ismerőseik számára létrehozott – kommunikációs egységek kiváló lehetőséget biztosítanak a magyarórák iránti érdeklődés növelésére.

A digitális kommunikáció részrendszereinek az oktatásban való felhasználására (l. Szerdi Ilona tanulmányai: Istók–Szerdi 2016b; Szerdi 2016, 2017a, 2017b, 2017c, 2018 m. a.) azért van szükség, mert „[k]öztudott tény, hogy a nyelvten nem tartozik a diákok kedvelt tantárgyai közé: elvontnak és száraznak találják, s a nyelvészetet még a magyar szakra kerülők többsége sem szereti igazán” (Schirm 2013: 50). Az internetes mémek tanórai alkalmazása hozzájárulhat többek között a ritkább szóalkotási módok (pl. Istók 2017d), a stilisztikai eszközök (pl. Schirm 2013), a szólások és közmondások (pl. Szerdi 2018 m. a.), a lexikológiai jelentéviszonyok (pl. Szerdi 2017c), valamint a helyesírás (pl. Szerdi 2017b) élményközpontú tanításához.

4.3. A mém fogalma, a memetika kialakulása

A mém fogalmát elsőként Richard Dawkins evolúciós biológus használta a *Az önző gén* (1986) [*The Selfish Gene* (1976)] című könyvében: „azokat a komplex ötleteket, a kulturális átvitel vagy imitáció egységeit nevezi [...] mémeknek, amelyek megjegyezhető egységekké képesek önmagukat alakítani” (Veszelszki 2015b: 41). Dawkins a mémek terjedését a gének terjedésének mintáján szemlélteti: „A mém lehet egy dallam, egy gondolat, egy jelszó, ruhadarab, edények készítésének vagy boltívek építésének módja. Éppúgy, ahogy a gének azáltal terjednek el a génállományban, hogy spermiumok vagy peték révén testből testbe költöznek, a mémek úgy terjednek a memkészletben, hogy agyból agyba költöznek egy olyan folyamat révén, melyet utánzásnak nevezhetünk” (Dawkins 1986: 241). Az ötletgazda a kifejezést úgy alkotja meg, hogy a kulturális átadás vagy az utánzás egységeként tekint rá: „A »miméma« szónak tetszetős görög származása van, de olyan egy szótagú nevet szeretnék találni, amely egy kicsit úgy hangzik, mint a »gén«. [...] azt is gondolhatjuk, hogy a »memória« szóval vagy a francia mème (ugyanaz) szóval rokon” (Dawkins 1986: 241). Az önző gén analógiájából következik, hogy bizonyos kulturális

jelenségek – köztük a mémek is – azért jönnek létre és terjednek el, mert önmagukra nézve mindez rendkívül előnyös, nem pedig azért, mert igazak lennének (H. Nagy 2008: 55). A végső haszonélvező soha nem a mémet hordozó fizikai test, hanem maga a mém (Dennett 2002 [1998]: 8), amely céljai megvalósítása érdekében egy nagy „rátermettségi” versenybe is hajlandó bekapcsolódni. Dennett erről nagyon szemléletesen fogalmaz: „A mémek manapság fénysebességgel terjednek [...]. Hordozóról hordozóra, médiumról médiumra ugrálnak alkalomszerűen, és gyakorlatilag megfoghatatlanok [...], – a génekhez hasonlóan – potenciálisan halhatatlanok. [...] Az emberi tudatnak vannak határai, így nem korlátlan azoknak a mémeknek a száma, melyeknek helyet biztosíthat [...]: a mémek versengeni kényszerülnek egymással, hogy annyi agyba tudjanak bekerülni, amennyibe csak lehetséges” (2008 [1990]: 24). A legsikeresebbek azok lesznek, amelyek tekintet nélkül, mindenáron a terjedést tartják prioritásnak (2002: 11).

4.4. Az internetes mémekről általánosan

Az elektronikus médiumokon kisebb-nagyobb változásokkal terjedő szövegeket Balázs Géza (2006, 2007) elektronikus folklórnak (e-folklórnak) nevezi. Veszelszki Ágnes Balázs folklórkifejezéseinek (sms-folklór, minimálfolklór, elektronikus folklór) mintájára megalkotja a lájk-folklór és a Facebook-folklór kifejezéseket (l. Veszelszki 2011c: 379–382; 2015b: 41). Az internetes mémek mint olyanok az elektronikus, a lájk- és a Facebook-folklór részeinek egyaránt tekinthetők (vö. H. Tomesz 2017: 81–82).

Az ismerőseink számára láthatóvá, lájkolhatóvá és megoszthatóvá válnak az általunk Facebookon lájkolt vagy az idővonalunkon közzétett szórakoztató tartalmak. Az internetes mémek e lehetőséget kihasználva akár hónapokig vagy évekig is keringhetnek a világhálón, bár a legtöbbször „csak gyorsan múló, tiszavirág-életű karriert” futnak be (Horváth–Mitev–Veszelszki 2013: 141). Mivel a mémeket „a szóbeliségre jellemző pletykahatás, az aktualitás, a történetekre való azonnali reakció” táplálja (Veszelszki 2015b: 41), életük az aktualitásukat vesztett történetek feledésbe merülésével véget is ér. Egyes mémek mindezek ellenére is képesek alkalmazkodni az új körülményekhez, hiszen az „eredeti kontextusokból kiragadva újabb és újabb kontextusokban keresnek maguknak új értelmet” (Horváth–Mitev–Veszelszki 2013: 141).

4.5. A(z internetes) mém kifejezés hétköznapi jelentése

Az internetes mémek vizsgálatát a Petőfi S. János által használt szövegtani terminusok felől közelítem meg. Petőfi S. a valamilyen „kommunikatív funkció betöltésére alkalmas” üzenetet („kommunikatív produktum”-ot) kommunikátumnak nevezi (1996: 88). Míg a multimediális kommunikátum kifejezést annak a kommunikátumnak a megnevezésére használja, melynek „felépítésében több szemiotikai értelemben vett médium (azaz a verbális, képi, diagrammatikus, zenei stb. médiumok közül legalább kettő)” is részt vesz (1999: 152), addig a multimediális szöveg terminust csak azokra a multimediális kommunikátumokra vonatkoztatja, amelyekben „a verbális médium domináns (vagy ekvidomináns, azaz a többi médiummal egyenrangú)” szerepet tölt be. A multimediális szövegek sajátosságainak a leírására és interpretálására szolgáló, a Petőfi S. által szemiotikai textológiának (szemiotikai szövegtannak) nevezett diszciplína (1996: 88) „a kommunikátumokat sajátos ’jelölő–jelölt’ struktúrával rendelkező komplex jeleknek” tartja (1999: 154). Mivel a kifejezés hétköznapi jelentésében használt internetes mémek (humoros, ironikus, szarkasztikus képek, szövegek, kép–szöveg egységek) is meghatározott kommunikatív (általában érzelem-kifejező, identitásjelölő vagy művészi) funkcióval rendelkeznek, (multimediális) kommunikátumnak (szövegnek) tekinthetők.

Munkámban nem azt az elterjedt tudományos szemléletet (vö. Dennett 1998 [1995]) követem, amely azt vizsgálja, hogy egy adott mém hogyan válik különböző kommunikátumok részévé (ti. hogyan variálódik), hanem azt, hogy egy adott kommunikátum mint produktum mikor tekinthető mémnek (vö. Gatherer 1998) a szó hétköznapi jelentésében (ti. milyen összetevőket tartalmaz). Azért döntöttem e megközelítés mellett, mert a(z internetes) mém kifejezésnek az elmúlt években kialakult egy mindennapi, az internetezők nagyobb része által használt (az eredetitől, a dawkinsitől, illetve dennettitől – a továbbiakban: a hagyományostól – eltérő) jelentése: egy rendszeresen visszatérő elemet (képet és/vagy szöveget) tartalmazó szöveg, kép vagy kép és szöveg egysége. E meghatározás szerint nem a mém variálódik, vagyis él különböző produktumokban, mémvariánsokban, hanem a produktum az, ami maga a mém, mégpedig azért, mert tartalmaz egy olyan jól felismerhető összetevőt (képet és/vagy szöveget), amely más hasonló kommunikátumokban is megtalálható.



24. ábra: Egy humoros kép szöveggel vagy egy mém? (a kérdőívben: „Mi ez? Nevezd meg!”)

A felismerés hitelességét két, mindössze egy-egy (nyílt és zárt) kérdést tartalmazó Google-kérdőívvel ellenőriztem. A két kérdést azért helyeztem el külön űrlapon, hogy a második kérdésfeltevés (l. 25–27. ábra: *Hány mémet látsz?*) ne befolyásolja az adatközlőket az első kérdés (l. 24. ábra: *Mi ez? Nevezd meg!*) megválaszolásában. Az 24. ábrán egy olyan multimediális kommunikátum látható, melynek fizikai testét (*vehikulumát* – Petőfi S. 1999: 155) egy piktorális (a *Willy-Wonka-Mesélj-még!* nevű mém) és egy verbális összetevő (a mémhez illeszkedő szöveg) alkotja. A klasszikus mémmegközelítés alapján pontosabban fogalmazunk akkor, ha azt mondjuk, hogy nem egy mémről, hanem egy mém szöveggel ellátott variánsáról, még ennél is szigorúbban fogalmazva pedig egy memetikus összetevőt tartalmazó kép–szöveg konglomerátumról van szó. A kérdőív eredményeiből azonban kiderül, hogy e hagyományos értelmezést lassan kiszorítja a fentebb felvázolt hétköznapi jelentéstársítás. A 120 válaszból 28 értékelhetetlen, 24 pedig a kutatás szempontjából irreleváns (a jelenséget nevezi meg: *poén*, *ironia*, *szarkazmus* stb.). A medializáltságra reflektáló 68 adatközlő 82,35%-a szerint mindaz (!), amit lát, egy *mém/meme* (56 válasz), 8,82%-a szerint egy *kép/fotó* (6 válasz), ugyancsak 8,82%-a szerint pedig egy *klasszikus jelenetet megörökítő kép szöveggel kiegészülve*. Lényegét tekintve csupán ez utóbbi válasz követi a hagyományos mémértelmezést. Például: (1) *Egy olyan filmből szedett részletkép, amihez egy olyan poén van írva, ami egy másik ember rossz tulajdonsága miatt beoltja, és még illik is a képhez, ez a kép általában egy meme kép szokott lenni.* (2) *Klasszikus film klasszikus jelenetének képével kiegészített magyar nyelvű poén.*



25–27. ábra: Egy vagy három mém? (a kérdőívben: „Hány mémet látsz?”)

A 25–27. ábrán látható három multimediális kommunikátum vehikuluma piktorális összetevőjében (kvázi)identikus¹⁵ (*Leonardo-DiCaprio-Ezt-azokra* nevű mém), verbális komponensében (a mémhez illeszkedő szöveg) viszont (kvázi)különböző¹⁶. A hagyományos mémértelmezés alapján akkor járunk el körültekintően, ha azt mondjuk, hogy nem három mémet észlelünk, hanem csak egyet, mégpedig annak az egynek három különböző variánsát. Ennél is pontosabb a meghatározás, ha három olyan komplex jelről beszélünk, amely egy közös memetikus összetevőt tartalmaz. A második kérdőív eredményei az első kérdőív eredményeihez hasonlóan, de annál sokkal „óvatosabban” jelzik e hagyományos értelmezés visszaszorulását. Az űrlap ugyancsak 120 kitöltőjének 57,5%-a (69 adatközlő) három, 42,5%-a (51 adatközlő) pedig egy mémet lát a képen.

Limor Shifman (2016 [2014]) a mémek kutatásának három „iskoláját” különbözteti meg: 1. mentalista, 2. behaviorista, 3. inkluzív¹⁷. Az általam hagyományosnak nevezett megközelítés az első (a dawkinsi, illetve dennetti; l. Dennett 1998), a hétköznapiak nevezett pedig a második (a gathereri; l. Gatherer 1998) szemlélettel rokonítható. A mentalista (fogalomvezérelt)

¹⁵ Eltekintek a zoomolás és a címkézés (forrásmegjelölés) okozta különbségektől, valamint az ünnepi fénynek és a díszítésnek mint világfragmentumnak (*relátum*nak – Petőfi S. 1999: 156) a vizualizációja eredményezte eltéréseketől. A vehikulumok közötti különbségek olyannyira elhanyagolhatók, hogy a fizikai testekhez rendelhető mentális képek (a *vehikulum-imágók* – Petőfi S. 1999: 155) között feltehetően semmilyen eltérést nem vesz észre a befogadó.

¹⁶ Mivel a három kommunikátum első tagmondata (*Ezt azokra*) azonos, ismétlődő elemként a mém részét képezi.

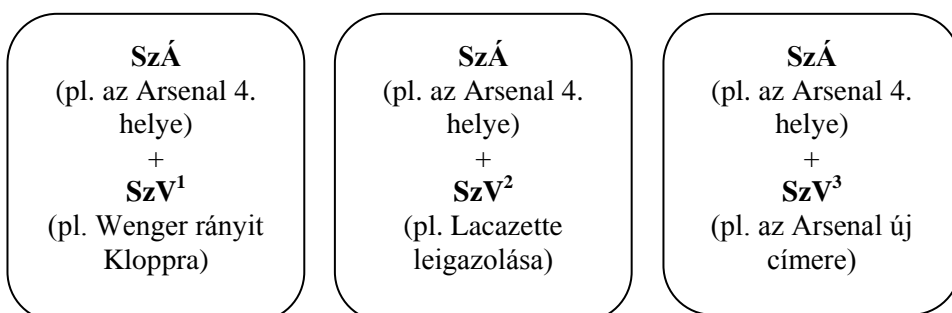
¹⁷ Ez utóbbit az első két megközelítés egyvelegének tartom, hiszen mémként kezel „minden olyan információ[t], amely utánzással másolható” (Shifman 2016, vö. Blackmore 2000: 66). Mivel a munkám egyik célja az első két nézet összevetése (és az általam felvázolt szempontokkal – „egy mém több produktum”, illetve „egy mém egy produktum” – való rokonítása), e harmadik bemutatásától a továbbiakban eltekintek.

álláspont szerint „a mémek olyan információs egységek, melyek az elmében léteznek [...]. Annak érdekében, hogy személyről személyre terjedhessenek, [...] hordozókra települnek, melyek lehetnek képek, szövegek, termékek vagy éppen rítusok. [...] Más szavakkal, a mémek ideakomplexumokból állnak, a hordozók pedig ezeknek az érzékelhető megnyilvánulásai” (Shifman 2016). Ezt az álláspontot „képviseli” az a felhasználó, aki a 25–27. ábrán mindössze egyetlen mémet lát három különböző hordozóra, vehikulumra települve, és hozzászólásaiban az egyes számú alakot használva *DiCaprio-mém*ről „beszél”. Mindennek ellentmond az a behaviorista (viselkedésvezérelt) nézőpont, amely szerint „a mémet és hordozóját nem lehet szétválasztani, mivel a mém önálló léttel nem bír, kizárólag az eseményekben, szokásokban, szövegekben létrejövő megnyilvánulásaiban létezik, vagyis csak kódolt formában lehet megtapasztalni” (uo.). Ebbe a koncepcióba illeszkedik az a vélekedés, amely szerint a 25–27. ábrán látható három komplex jel három különböző mémnek felel meg. A felhasználó ilyenkor hozzászólásaiban nem egy *DiCaprio-mém*re, hanem – a többes számú formát használva – a *DiCaprio-mémek*re hivatkozik. Ez az általam is követett szemlélet lehetővé teszi a képek, szövegek és kép–szöveg együttesek empirikus vizsgálatát, hiszen „kifejezetten statikus, jól körülírható, egyértelmű dolgokként tekint a terjedő elemekre” (uo.).

4.6. Az internetes mémek leírásának elmélete (IMLE)

Az internetes mémek definiálására és leírására két komplementer fogalom bevezetését javaslom. A szemiotikai állandó (a továbbiakban: SzÁ)¹⁸ egy mém azon összetevője, amely az adott mémsor valamennyi elemében megtalálható. A rendszeresen visszatérő komponens a diskurzusban részt vevő személyek számára jól ismert eseményt, jelenetet, gondolatot stb. képez le (pl. egy ismert futballista különleges megmozdulása, egy híres politikus beszéde, egy népszerű film egyedi képkockája). A SzÁ az egyes mémek rokonságának a szemiotikailag (általában vizuálisan és/vagy verbálisan) kódolt hordozója. A szemiotikai változó (a továbbiakban: SzV) az adott mémsoron belül mémenként eltérő, a szemiotikai állandót kiegészítő kontextuális, illetve ko-textuális összetevő.

¹⁸ A hagyományos megközelítés magával a mémfogalommal azonosítja azt, amit én a munkámban SzÁ-nak nevezek.



28. ábra: Mémsor-kompozíció. Szemiotikai állandó és szemiotikai változó

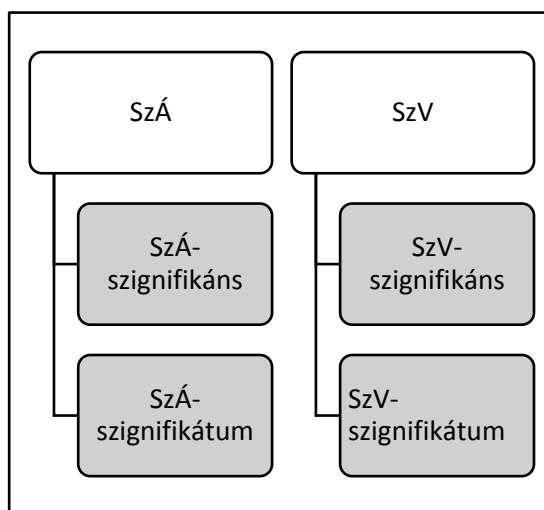
A digitális futballközösségben különösen népszerűek az Arsenalt kifigurázó mémek, melyekben a legtöbbször a négyes szám szerepel pragmatikai utalásként (SzÁ = a negyedik helyen végző Arsenal). A jelenség megértéséhez mindenképp ismernünk kell annak tematikus kontextusát (a kontextus fogalmáról l. Tátrai 2004): Bár a 2003/2004-es idényben az Arsène Wenger vezette Arsenal veretlenül végzett az angol első osztályú labdarúgó-bajnokság (Premier League) élén, azóta egyetlen bajnoki címet sem szerzett. A londoni együttes ellen-drukkerei – elsősorban a városi rivális Chelsea és Tottenham szurkolói – előszeretettel élcelődnek azon, hogy az Ágyúsnak¹⁹ teljesítménye a hívei által sokat emlegetett szezon óta már-már sorsszerűen „csak” a negyedik helyre elegendő. A klub hivatalos honlapja szerint a következő idényekről van szó: 2005/2006; 2006/2007; 2008/2009; 2010/2011; 2012/2013; 2013/2014 (W20).



29–31. ábra: Mémsor. („Az Arsenal 4. helye”)

¹⁹ Az Arsenal beceneve.

Az alábbiakban az internetes mém, a mémsor és a mémcsalád terminusok definiálására vállalkozom. Egy internetes mém az adott mémsornak az az eleme, amely SzÁ-jában – legalább annak szignifikátumában²⁰ – megegyezik a mémsor többi elemével (pl. az Arsenal 4. helye), SzV-jában viszont eltér attól (l. 28. és 29–31. ábra: Wenger rányit Kloppra; Lacazette leigazolása; az Arsenal új címere).



32. ábra: Mémstruktúra

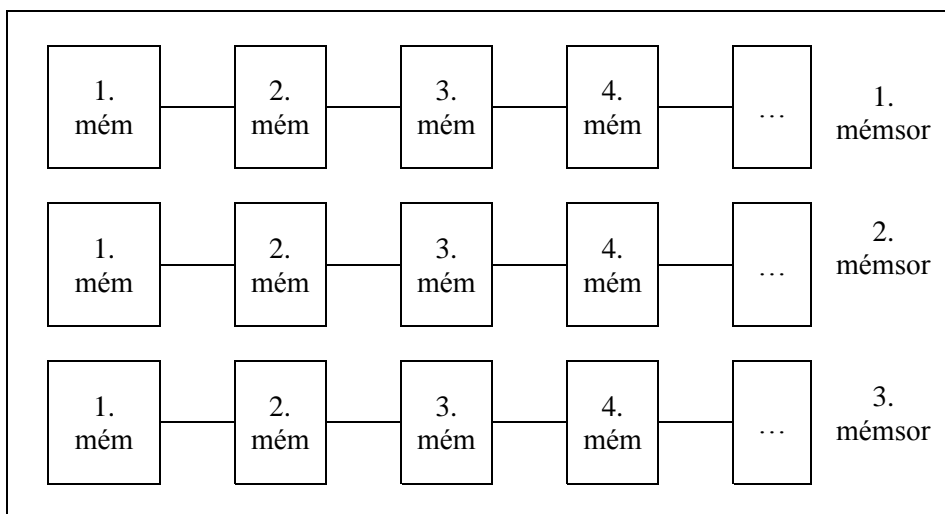
Egy mémsor az azonos SzÁ-val²¹ rendelkező internetes mémek halmaza (pl. „Az Arsenal 4. helye” nevű mémsor), egy mémcsalád (pl. az „Arsenal-mémcsalád”²²) pedig az azonos fogalmi körbe tartozó mémsorok (pl. „Az Arsenal 4. helye” és „A bölcs Wenger”²³ nevű mémsor) együttese (l. 33. ábra).

²⁰ „[A] kommunikátum egy szignifikánsból és szignifikátumból álló pár, ahol a szignifikátumot, mint jelentést, értelmet vagy információt tekinthetjük [...], a szignifikánst pedig ezen szignifikátum fizikai hordozójának” (Horányi 1997).

²¹ A megkötés csak a SzÁ-szignifikátumra értendő.

²² Mikroszinten Arsenal-, mezoszinten futball-, makroszinten pedig sportmémekről beszélhetünk. A mémcsaládok rétegződése persze nem mindig ennyire egyértelmű.

²³ L. 48. ábra:



33. ábra: Mémcsalád (1. mém sor + 2. mém sor + 3. mém sor + ...)

Mivel „[a] szemantika feladata [...] nem a jelentéskomponensek meghatározásából áll, hanem a prototípus kijelöléséből” (Kiefer 2007: 93), szükséges megvizsgálni azt is, milyenek az ’internetes mém’ kategória tipikalitási feltételei. Osterroth szerint prototipikus mémnek az a kép nevezhető, amelyen két fehér (egy fenti és egy lenti – szerk. megj.) szövegsor olvasható, és e szigorú megkötés ellenére is alkalmas különféle – politikai, társadalmi, egyéni stb. – tényállások kommentálására (2015: 37). Az internetes mémek kép–szöveg szerkezeti volta azonban csak egyike – feltehetően a leglátványosabb, de nem az első eleme – a tipikalitási feltételsornak. Egy prototipikus internetes mém (a) SzÁ-val rendelkezik, (b) SzÁ-szignifikánsa azonos más, az adott mémsoron belüli mémek SzÁ-szignifikánsával, (c) kép–szöveg kompozíció, (d) hatás-keltésének eszköze a humor, (e) a humor forrása pragmatikai alapú. „A tipikalitási feltételek között vannak fontosabbak és kevésbé fontosak. A fontosabb tipikalitási feltételek meghatározóbb szerephez jutnak a prototípus meghatározásában” (Kiefer 2007: 93). Az ’internetes mém’ kategória egyik „legszembevetőbb”²⁴ tipikalitási feltétele a SzÁ-szignifikánsok egyezése. Ennek megfelelően a SzÁ-k jelölésének azonossága vagy különbözősége alapján tartom célszerűnek megkülönböztetni a(z inkább) prototipikus és a kevésbé prototipikus internetes mémeket. Míg az előbbieket „első ránézésre” is, szinte mozaikszerűen

²⁴ Nemcsak az átvitt (’legfontosabb’), hanem a szó szerinti (’jól látható’) jelentésében is.

illeszkednek egy adott mémsorba (34–36. ábra), addig az autóbbiak rendszerbe sorolása bonyolultabb (37–39. ábra).

A 34–36. ábrán látható komplex jelek prototipikus internetes mémek, mivel eleget tesznek a tipikalitási feltételeknek (SzÁ-val rendelkeznek, kép–szöveg kompozíciók, humorosak, a humorforrásuk pragmatikai alapú), közülük is a legfontosabbnak: SzÁ-szignifikánsukban és -szignifikátumukban egyaránt megegyeznek. A SzÁ mindhárom esetben vizuálisan kódolt: az Arsenal menedzserének egyugyanazon kézmozdulatát jelöli.



34–36. ábra: („A bölcse Wenger”). A SzÁ-szignifikánsok azonossága

A 37–39. ábrán látható komplex jelek kevésbé prototipikus internetes mémek: teljesítenek ugyan néhány tipikalitási feltételt (SzÁ-val rendelkeznek, humorosak, humorforrásuk pragmatikai alapú), és bár SzÁ-szignifikátumukban megegyeznek (az Arsenal és a négyes szám „misztikus” kapcsolata), SzÁ-szignifikánsukban eltérnek egymástól. A SzÁ az első mémen verbálisan (4. Arsenal), a másodikon vizuálisan (négy ujj), a harmadikon pedig vizuóverbálisan (a négyes szám formájára emlékeztető emberi alak) kódolt.



37–39. ábra: Mémsor („Az Arsenal negyedik helye”). A SzÁ-szignifikánsok különbözősége

Ha egy képből, szövegből vagy kép–szöveg konglomerátumból hiányzik a SzÁ, vagyis az nem képez le egy más mémek által rendszeresen integrált eseményt, jelenetet, gondolatot stb., nem beszélhetünk internetes mémről. Ahhoz tehát, hogy egy mono- vagy multimedialis kommunikátumra mémként tekinthessünk, annak egy jól felismerhető – a SzÁ-t dekódolható – mémsorba kell illeszkednie.

16. táblázat. Terminushasználat a SzÁ-szignifikátumok és -szignifikánsok viszonyának tükrében

	SzÁ-szignifikátumok	SzÁ-szignifikánsok	Javasolt terminus
1.	nincsenek	nincsenek	képek, szövegek vagy kép–szöveg konglomerátumok
2.	azonosak	azonosak	prototipikus internetes mémek
3.	azonosak	különbözőek	kevésbé/nem prototipikus internetes mémek

A SzÁ és a SzV pragmatikai, szemantikai vagy grammatikai „összjátéka” felel az internetes mémek humoros hatásáért. Amikor egy kép, szöveg vagy kép–szöveg konglomerátum terjedni kezd, általában a SzÁ újszerűsége önmagában is elegendő a humoros hatás eléréséhez: ha ugyanis egy integrált esemény, jelenet, gondolat stb. nem lenne a befogadók számára eléggé humoros (vagy frappáns, ironikus, abszurd stb.), semmi sem indokolná annak SzÁ-vá válását. Miután azonban egy mémsor „hosszúvá”, népszerűvé válik, nagyobb szerephez kell jutnia a SzV-nak: ez felel ugyanis azért, hogy a mémeket változatosnak, egyedinek érezzük. Mivel a SzÁ-domináns mémek statikusak és mindig csak egyugyanazon dologra mutatnak rá, egy idő után közömbössé válhatnak a számunkra (l. elcsépelet frázisok, gyakran ismétlődő képek; l. 40. ábra), kisebb eséllyel humoros(abb)ak; az adott mémsor pedig elavul, nem bővül tovább. Ezt igazolja Thomas Veatch „általános humorelmélete” is, amely szerint egy jelenség akkor humoros, ha a normaszegés (*violation*: V) és a normalitásérzés (*normality*: N) egyensúlyban van (Riszovannij kifejezésével: „vicces normaszértés”). Akkor viszont, ha egy jelenség megszokottá válik, nem érzékeljük többé, hogy normaszegő, és elveszíti a humoros hatását (Veatch 1998: 163 nyomán Riszovannij 2011: 345). Tipikusan SzÁ-domináns mém lehet egy szöveg (pl. *Arsenal* > *4rsenal* vagy *4senal* ’a negyedik helyen végző Arsenal’; *Arsenal 4 Ever* ’az Arsenal mindörökké és mindörökké negyedik

hely’; *Gunners 4 Life* ’az Ágyúsok egy életen át és egy életen át a negyedik hely’), egy megjegyzéssel kiegészített fotó (pl. 38. ábra) vagy egy olyan kép, melynek értelmezését az azt posztoló oldal, csoport világhoz való viszonyulásának az ismerete segíti elő (pl. az 38. ábra önmagában is mém, ha azt a Chelsea- vagy Tottenham-oldalak teszik közzé). Egy-egy ilyen kommunikációs egység humoros éle gyorsan elkopik, közhelyszerű használata pedig csak a csoportösszetartó (pl. identitáskifejezés) vagy épp -bomlasztó erejével (pl. trolltevékenység) indokolható.



40. ábra: SzÁ-domináns mém (szöveg)

Feltételezhető, hogy minél nagyobb a SzV SzÁ-val szembeni dominanciája, annál humorosabb az adott mém. A SzV-domináns mémek hatását a SzV-szignifikátumok újszerűsége is jelentősen befolyásolja. Ez alapján megkülönböztetem a SzV-frekventált²⁵ (közepesen humoros) és a SzV-egyedi (nagyon humoros) mémeket. Míg az előbbiek egy adott mémsoron belül rendszeresen visszatérő (tipikus) SzV-szignifikátummal rendelkeznek (pl. az 37. ábra: tabella;

²⁵ A SzÁ-domináns mémek nehezen különböztethetőek meg a SzV-domináns (SzV-frekventált) mémektől, ha a SzÁ és a SzV szorosan összekapcsolódik. Tipikus példa az Arsenal negyedik helyének (SzÁ) a Premier League tabelláján (SzV) való szemléltetése, a helyezés (SzÁ) ugyanis nehezen képzelhető el a ranglista (SzV) nélkül. Felvetődik tehát a kérdés, hogy ebben az esetben nem volna-e célszerűbb a tabellára is a SzÁ részeként tekinteni.

az 39. ábra: számmissztika), addig az utóbbiak SzV-szignifikátuma eredeti, különleges (pl. 29. ábra: Wenger rányit Kloppra; 31. ábra: az Arsenal új címere; 39. ábra: Lacazette testtartása).

17. táblázat. Feltételezett humorhatás

	A szemiotikai komponensek dominanciája alapján	Feltételezett humorhatás
1.	SzÁ-domináns mémek	legkisebb
2.	SzV-domináns (SzV-frekventált) mémek	közepes
3.	SzV-domináns (SzV-egyedi) mémek	legnagyobb

4.7. A mémek mint beszédaktusok

A beszédaktusok iránti érdeklődés a pragmatika hatáskörébe tartozó területek közül napjainkban is az egyik legnagyobb. A John L. Austin (1990 [1962]) és John R. Searle (2009 [1969]) által kidolgozott beszédaktus-elmélet a nyelvhasználatot tevékenységnek tekinti, arra a kérdésre keresi a választ, hogy hogyan és hányféleképpen cselekedhetünk a szavainkkal. Austin (1990 [1962]) hagyományos distinkciója (lokúció – illokúció – perlokúció) a következőképp foglalható össze (vö. Szili 2013: 76–77): a megnyilatkozás létrehozásával (kimondásával) jelen lehetünk a nyelvhasználatban (lokúciós aktus), szándékunknak megfelelő cselekvést (pl. állítás, kérdés, felszólítás) hajthatunk végre (illokúciós aktus), és következményekkel járó hatást (pl. az ablak becsukása) válthatunk ki a befogadóból (perlokúciós aktus).

Bár a beszédaktus-elmélet hívei korábban jórészt csak „a beszéd »normális«, komoly, őszinte használatára” fókuszáltak (László 1984: 161, vö. Nemesi 2016: 148), feltételezhető, hogy az elkövetkezendő években a sokak által megbélyegzett (komolytalannak tartott) internetes mémek is felkerülnek a beszédettek (és képaktusok) kutatásának térképére. Osterroth (2015: 27) szerint az internetes mémekkel kommunikatív beszédaktusokat hozhatunk létre, hiszen azok kontextustól függően betűk vagy akár hangulatjelek helyettesítésére is használhatók (kommentértékűek – szerk. megj.). Hasonlóan vélekedik a problémáról Lezandra Grundlingh (2017: 15) is, aki a *Memes as speech acts* [Mémek mint beszédaktusok] című hiánypótló tanulmányában amellet érvel, hogy nemcsak beszélt vagy írott nyelvi megnyilatkozások, hanem internetes

mémek által is végre tudunk hajtani beszédteket. Szerinte a makrók²⁶ kontextustól függően különféle funkciókat tölthetnek be. Ezek közül a szerző (Grundlingh 2017: 14) a teljesség igénye nélkül a következőket nevezi meg (vö. Milner 2012: 11; De La Rosa-Carillo 2015: 15): viccüzés, véleménykifejtés, ítélezés, érzelmkifejtés, állítástevés, megjegyzésfűzés, megvádolás, észrevételezés, érvelés, mentegetőzés, tanácsadás, javaslattétel, beismerés, jóslás, kérdésmegfogalmazás. Grundlingh (2017: 14–17) a mémeket mint beszédaktusokat az adott szituációban betöltött funkciói alapján a kommunikatív (intézményekhez nem kapcsolódó) illokutív aktusok Bach és Harnish (1980: 40–41) által felállított rendszerében²⁷ helyezi el. Szerinte a humoros mémek által csaknem az összes konstatív (tényleíró) illokutív aktus végrehajtható (Grundlingh 2017: 17), és egy kivételével minden konstatív illokutív aktusnak megfeleltethető legalább egy mémfunkció (fürtábra: Grundlingh 2017: 16):

1. állítók²⁸ [*assertives*]: állítástevés, megjegyzésfűzés;
2. jövődölők [*predictives*]: jóslás;
3. visszafelé következtetők [*retrodictives*]: állítástevés;
4. leírók [*descriptives*]: észrevételezés;
5. tájékoztatók [*informatives*]: állítástevés, megjegyzésfűzés, észrevételezés, tanácsadás;
6. jóváhagyók [*confirmatives*]: észrevételezés, ítélezés;
7. megengedők [*concessives*]: véleménykifejtés, beismerés;
8. visszahúzódnók [*retractives*]: beismerés;
9. hozzájárulók [*assentives*]: véleménykifejtés;
10. eltérő véleményt vallók [*dissentives*]: véleménykifejtés;
11. megvitatók [*disputatives*]: megvitatás;

²⁶ A makró [image macro] egy olyan ikonikus kép, amely szerkezetét tekintve két (általában egy fenti és egy lenti – szerk. megj.) szöveggel egészül ki (Mátyus 2016).

²⁷ Bach és Harnish (1980) a kommunikatív illokutív aktusok közé a tényleírókat [*constatives*], az utasítókat [*directives*], az elkötelezőket [*commissives*] és a bevallókat [*acknowledgements*], a konvencionálisak közé pedig a megvalósítókat [*effectives*] és az ítélezőket [*verdictives*] sorolja. Az egyes szerzők beszédaktus-megnevezéseinek összevetéséről magyar nyelven Szili Katalin könyvében (2013: 96) olvashatunk.

²⁸ Mivel a Bach–Harnish-féle osztályozás vonatkozó beszédaktus-megnevezéseinek magyar nyelvű variánsaival még nem találkoztam, saját fordításban közlöm azokat. Fontosnak tartom ugyanakkor megjegyezni, hogy a feltüntetett célnyelvi variánsok csupán javaslatok, egyfajta fogódzók, és a forrásnyelvi invariánsok pontosabb fordításairól majd a születendő szakirodalmak gondoskodnak.

12. válaszolók [*responsives*]: véleménykifejtés, állítástevés, megjegyzésfűzés, észrevételezés;
13. sugallók [*suggestives*]: kérdésfeltevés, jóslás;
14. feltételezők [*suppositives*]: jóslás.

A direktívák (utasítók) közül a szerző csak kettőt állít párhuzamba egy-egy mémfunkcióval (15–16):

1. kérdezők [*questions*]: kérdésfeltevés;
2. tanácsadók [*advisories*]: tanácsadás.

Grundlingh szerint az internetes mémek a kommunikáció egyedi esetei, ezért nem alkalmasak valamennyi kommunikatív illokutív aktus megvalósítására. Hozzáteszi ugyanakkor, hogy artefaktumokat speciális, személyes szándékkal is létre tudunk hozni, ezáltal pedig olyan beszédetteket is végrehajthatunk, mint a megköszönés, a gratulálás (bevallók), a könyörgés, az utasítás, a tiltás, a megbocsátás (utasítók), az ígérettevés vagy az ajánlattétel (elkötelezők). Az érvelést és a viccüzést mint funkciót a szerző azért nem tünteti fel az illokutív beszédaktusok fűrtábráján, mert az előbbi bármelyik, az utóbbi pedig csaknem valamennyi konstatív illokutív aktushoz hozzárendelhető (15–17). Grundlingh szerint az, aki viccet űz valamiből vagy valakiből, nem veszi komolyan az illokutív aktusok általános szabályait: „Ahhoz [ugyanis], hogy valami viccként (elsősorban szarkazmusként) hasson, úgy kell egy speciális illokutív aktus végrehajtását tettetnünk, hogy közben nem áll szándékunkban elvégezni azt”²⁹ (16–17, ford. I. B.). Grundlingh a „viccmémek” [joke memes] két típusát különbözteti meg: 1. a *mémek mint viccek* egyetlen küldetése csupán a viccként való funkcionálásuk, nem kommunikálnak mögöttes üzenetet; 2. a *mémek mint humoros kommentek vagy vélemények* pedig amellet, hogy viccek szerepét töltik be, számos dologról³⁰ közvetíthetnek véleményt (17). Irányultságuk alapján az előbbieket befelé, az utóbbiakat pedig kifelé mutató mémeknek nevezem. Még tovább árnyalhatjuk e felosztást aszerint, hogy a viccek milyen funkciót töltenek be az egyes kommunikációs helyzetekben (pl. a vicc mint kontextustól független

²⁹ Eredetiben: „In order for something to be a joke (especially sarcasm), a person must pretend to perform a specific illocutionary act, but not actually intend to perform that act”.

³⁰ Ezek általában politikai, vallási (Grundlingh 2017: 17), kulturális vagy sporttal kapcsolatos témák (szerk. megj.).

poszt, a vicc mint komment/válasz egy posztra/kommentre). Daniel Koch (2015: 331) szerint a viccek négyféle illokutív szerepben érhetők tetten: szórakoztathatnak, kritizálhatnak, becsmérelhetnek vagy kigúnyolhatnak. Mivel az internetes mémek „a huszonegyedik század viccei” (Kocsis-M. 2015), rájuk is igaz a fenti megállapítás. Koch nyomán a vicces mémek által végrehajtható négy beszédaktust a következőképp nevezem: szórakoztatók, kritizálók, becsmérlők, kigúnyolók. A befelé mutató mémek a legtöbbször szórakoztató, a kifelé mutatóak pedig kritizáló, becsmérlő vagy kigúnyoló beszédaktusok végrehajtására alkalmasak. Fontos ugyanakkor megjegyezni, hogy a besorolás nem mindig egyértelmű, az egyes mémek ugyanis az általuk betöltött funkció alapján akár több beszédaktushoz is hozzárendelhetők (18. táblázat).

18. táblázat. Internetes mémek az irányultság és a beszédaktusok függvényében

	Irányultságuk szerint (vö. Grundlingh 2017: 17)	Beszédaktusok (vö. Koch 2015: 331)	Tipikus téma	Tipikus előfordulás
1.	Befelé mutató mémek	szórakoztatók	bármilyen	poszt, mémgyűjtő oldal
2.	Kifelé mutató mémek	kritizálók (és szórakoztatók)	sport, politika, vallás, sztárvilág	poszt vagy komment
		becsmérlők (és szórakoztatók)	sport, politika, vallás, sztárvilág	poszt vagy komment
		kigúnyolók (és szórakoztatók)	sport, politika, vallás, sztárvilág	poszt vagy komment

Tipikusan befelé mutatóak a Trollfoci Facebook-oldalán terjedő Böde-mémek (ezekről l. Istók 2017b, 2017e), amelyek azáltal válnak humorossá, hogy a válogatott futballista fizikai képességeit misztifikálják (l. nagyítás, túlzás). Mivel egyetlen céljuk a szórakoztatás, a szórakoztató beszédaktusok csoportjába sorolhatók. Leginkább poszt formájában terjednek, az oldal követői megoszthatják a saját vagy az ismerőseik idővonalán: általában kontextusfüggetlenek (bárhon közzétehetők, ahol érdeklődés mutatkozik a magyar futball iránt). Nem jellemző rájuk, hogy közvetett üzenetet (véleményt) hordozzanak, ugyanakkor elképzelhető, hogy valaki azzal a szándékkal teszi közzé őket, hogy rámutasson

általuk a magyar futball önellentmondásos helyzetére: nevetségessé téve azt (l. kifelé mutató mémek: kigúnyolók).

Tipikusan kifelé mutató mémek az Arsenal és a négyes szám kapcsolatára referáló artefaktumok. Ezeket a városi rivális Chelsea és Tottenham szurkolói nemcsak az önmaguk és a csapatuk körül összpontosuló online szurkolói közösség szórakoztatása céljából hozzák létre és terjesztik, hanem azzal a szándékkal is, hogy véleményüket kommunikálják egy számukra nem szimpatikus csapatról annak szurkolói felé. Ez utóbbi aktus megvalósításának kétféle módja lehetséges: 1. közvetlen: komment formájában mémmel válaszolni egy Arsenal-szurkoló hozzászólására (pl. egy általános hírközlő Facebook-oldalon: FourFourTwo Magazin, sport365.hu, csakfoci.hu); 2. közvetett: poszt/komment formájában közzétett mémmel hergeli a feltételezett, de az adott Facebook-oldal vagy -csoport (ChelseaFanatics, Csúzli, The SHED – Hungary) szurkolói bázisán kívül eső, a vonatkozó posztokat és hozzászólásokat ugyanakkor olvasó Arsenal-drukkereket (esetenként: -trollokat). A végrehajtott beszédaktus (kritizálás, becsmélés vagy kigúnyolás) egy rendszerint túlzásokon alapuló következtetési láncra épül:

1. Az eredményekből kiindulva [A] a negyedik helynél jobb (vagy rosszabb) teljesítményre nem képes az Arsenal [B].
2. Ha a negyedik helynél jobb teljesítményre nem képes az Arsenal [B], akkor a Wengeré egy gyenge csapat [C].
3. Ha a Wengeré egy gyenge csapat [C], akkor az nem tud eleget tenni a szurkolók által felállított elvárásoknak (pl. Premier League-elsőség) [D].
4. Ez [D] pedig azt sejteti, hogy rossz lóra tett az, aki az Ágyúsoknak szavazott bizalmat [E].

Ha „a beszélő [kommentelő – szerk. megj. I. B.] a „partnerére irányuló agresszív szándék[kal]” (Batár 2007: 452) kritizál, becsmérel vagy kigúnyol valamit/valakit, a beszólás beszédaktusát hajtja végre. Batár Levente a beszólást a kutatók által elhanyagolt beszédaktusnak nevezi (451), és a következőket írja róla: „A beszólás a beszédpartnerre vonatkoztatott negatívan értékelő elemet tartalmazó aktus. Valami olyannak az állítása, amelyet az összeegyeztethetetlennek tarthat a saját pozitív énképével. A partner homlokzatát veszélyeztető aktus. [...] A beszólások a beszélőnek arra irányuló szándékát jelenítik meg, hogy a hallgatóban/címzettben kárt tegyen, lejáratás, megsértés, megbántás

útján” (452). Batár (uo.) a beszólásról Szili (2007: 7) nyomán megállapítja, hogy az: a) fenyegeti a címzett magáról hirdetett és Erving Goffman (2000 [1959]) által pozitív homlokzatnak nevezett előnyös énképét; b) szándékosan mellőzi Penelope Brown és Stephen Levinson (1978, 1987) udvariassági stratégiáit; és c) sérti Geoffrey Leech (1983) Udvariassági Elvét. Az offenzív mémekre is érvényesek ezek a paraméterek. Míg a Chelsea és a Tottenham szurkolói általában humorosnak, szórakoztatónak találják az Arsenal-mémeket, addig az Ágyúsok drukkerai bántónak, a pozitív homlokzatukra nézve veszélyesnek érzik azokat. Magyarázatot minderre a fentebb említett Veatch egyensúlymodelljében találunk. Eszerint, ha a normaszegés (V) és a normalitás (N) érzetének az egyensúlya kibillen, és az előbbi felülkerekedik az utóbbin (+V, -N), akkor mindez a befogadóban a fájdalom vagy a felháborodás érzetét generálhatja (Veatch 1998: 177 nyomán Riszovannij 2001: 345).



41. ábra: Egy kifelé (is) mutató (kigúnyoló) mém

4.8. A humor típusa

Limor Shifman *Az internetes mémek definiálása* (2016) című könyvfejezete [eredetiben: *Memes in Digital Culture* (2014: 37–54)] szerint az internetes mémek „(a) digitális tartalmak olyan csoportja, amelyek tartalmilag, formailag és/vagy álláspontjukat tekintve közös jellegzetességekkel bírnak, (b)

létrehozójuk tisztában van más hasonló tartalmak létezésével, továbbá (c) nagy számú felhasználó az interneten terjeszti, utánozza és/vagy módosítja őket.” Lingvisztikai szempontból a Shifman által tartalminak nevezett komponens a szemantikai (pl. lexikológiai jelentésviszonyok, forgatókönyv-ütközés), a formai szegmens a grammatikai (elsősorban morfológiai: pl. ritkább szóalkotási módok), az álláspontbeli összetevő pedig a pragmatikai (pl. tematikus kontextus, grice-i maximák megsértése) alapú humorforrásnak feleltethető meg (vö. Istók 2017c: 264; a Böde- és Dárdai-mémek részletes pragmatikai, szemantikai és grammatikai elemzéséről l. Istók 2017b, Istók 2017e).

Az Arsenal-mémek humorforrása tipikusan pragmatikai alapú: a negyedik helyre mint tematikus kontextusra való utalás a legtöbbször már önmagában is elegendő a kívánt hatás eléréséhez. A perlokutív aktus (nevetés, felháborodás) fokát az egyes szemiotikai összetevők dominanciája határozza meg (l. 17. táblázat). A vizsgált mémek általában sértik a Paul Grice (1997 [1975]) által bevezetett társalgási maximákat, különösen igaz ez a minőség első maximájára: „Ne mondj olyasmit, amiről úgy hiszed, hogy hamis” (Grice 1997: 217). A feladó nem mond igazat, túloz, amikor azt sugallja/láttatja, hogy az Arsenal kizárólag a negyedik helyen végezhet (37. ábra), Wenger pedig tetten éri Kloppot (29. ábra).

4.9. Mintaelemzések

4.9.1. Egy kép mint poszt

A 11. ábrán látható multimediális kommunikátumot a *Csúzli* nevű magyar Facebook-oldal osztotta meg. Az oldal nevét a Chelsea manipulált címere előzi meg, melynek a tetején a *CSÚZLI* feliratot, a közepén egy, a mellső lábaival csúzlit tartó oroszlánt, az alján pedig Magyarország címerét találjuk. Az oldal egyik szerkesztőjének elmondása szerint az oldal neve a csapat nevének egyik leggyakoribb kiejtésvariánsából keletkezett (*Cselzi* > *Csúzli*), elfogadható ugyanakkor az alábbi interpretáció is: mivel a Chelsea az Arsenal egyik legősibb riválisa, a csúzli mint fegyver az ellenfél címerében elhelyezett ágyút parodizálja (l. még a csapat beceneve: *Ágyúsok*). Erre utalnak az oldalon megosztott olyan tartalmak is, mint az általam vizsgált multimediális kommunikátum.

A 42. ábra kommunikátumának háttérében a Bayern München és az Arsenal egymás elleni mérkőzésének egyik pillanatképe, előtérben pedig a csapatok labdabirtoklási aránya (55,6% – 44,4%) látható. Mivel az Arsenal mutatójának

minden számjegye azonos, egyértelmű a csapat 4. helyére való utalás (SzÁ-szignifikátum). A multimediális kommunikátum beilleszthető „Az Arsenal 4. helye” nevű mémsorba (az pedig az Arsenal-mémcsaládba), így a komplex jel internetes mémnek nevezhető. Mivel a kommunikátum SzÁ-szignifikánsa (44,4) eltér a mémsor többi elemének SzÁ-szignifikánsától, vagyis nem teljesíti az ’internetes mém’ kategória egyik legfőbb tipikalitási feltételét, kevésbé prototipikus mémnek tekinthető. A labdabirtoklás atipikus szemiotikai változó, szerepe hangsúlyosabb a negyedik helyre (SzÁ) való utalásnál: a komplex jel (SzV-domináns) SzV-egyedi mém, ezért valószínűleg erősen humoros hatású. A humorforrás pragmatikai alapú, az Arsenal és a negyedik hely kapcsolatának mint tematikus kontextusnak az ismerete elengedhetetlen a kommunikációs szándék felismeréséhez. Mivel az artefaktumot nem komment, hanem poszt formájában és a saját szurkolói közösségével osztotta meg az oldal, befelé mutató mémként tekinthetünk rá. Amellett azonban, hogy a kommunikátumot a legegyszerűbben a Chelsea-drukkereket szórakoztató illokutív beszédaktusként interpretálhatjuk, az oldalt követő (nem feltétlenül lájkoló) Arsenal-szurkolók a csapatukat gúnyos, nevetség tárgyává tévő beszédteként, közvetett beszólásként, vagyis kifelé mutató mémként is értelmezhetik, és kommentben vagy pedig a Szomorú/Dühítő reakciógombbal reagálhatnak rá.



42. ábra: Egy képposzt

4.9.2. Egy szöveg mint komment

A 43. ábrán látható polilógus az *Útwenger* nevű Facebook-oldalról származik. Az oldal neve az *úthenger* összetett szó elferdítésével keletkezhetett, mégpedig úgy, hogy tartalmazza az Arsenal vezetőedzőjének, Arsène Wengernek a vezetéknevét. A létrejött kifejezés a következő forgatókönyvet implikálja: a Wenger vezette Arsenal úthenger módjára teríti le az elé gördülő akadályokat, esetünkben az ellenfeleket.

A 43. ábrán olvasható kommentváltásban néhány Arsenal-szurkoló és egy feltehetően Chelsea- vagy Tottenham-drukker vesz részt. A print screen fotó közepén a kárörvendő ellenszurkoló beszél a csapatuk veresége miatt csalódott Arsenal-rajongóknak. Egy Arsenal-oldalon az angol *Gunners for Life* 'Ágyúsok egy életen át' buzdítás *for* 'számára' (vö. ang. *four* 'négy') előljárárszavának négyes számmal való helyettesítése egyértelműen az Arsenal negyedik helyére való reflektálásként (SzÁ) értelmezendő. Mivel a *Gunners 4 Life* 'Ágyúsok egy életen át, egy életen át negyedik hely' kifejezés elhelyezhető „Az Arsenal 4. helye” nevű mémsorban (az pedig az Arsenal-mémcsaládban), a szöveg internetes mémnek nevezhető. Nem egyértelmű ugyanakkor, hogy a teljes komment vagy csak annak egy része, az idézett szöveg tekintendő-e mémnek. Igaz ugyan, hogy az utóbbi önmagában is mémértékű, a komment első szövegrésze (mint a SzV-többlét) növeli a második hatását. Mivel a hozzászólás egy szöveggcomment, nem pedig kép és szöveg együttese, a kevésbé prototipikus mémek közé sorolandó. A szöveg hatásfoka feltehetően alacsony (ezt támasztja alá a reakciók – lájkok, hozzászólások – hiánya is), hiszen a SzV alig játszik szerepet: e SzÁ-domináns mém alighanem egyetlen célja a negyedik helyre való rámutatás. A szöveg humorhatása pragmatikai-szemantikai alapú. A feladó amellet, hogy utal az Arsenal negyedik helyére mint tematikus kontextusra, két forgatókönyvet is ütköztet: a BELETÖRÖDÖM forgatókönyvet a *Faszbele, nem okoskodok* szövegrészlet szemantikai jelentése ('Legyen úgy, ahogy akarjátok!') és a *Gunners 4 Life* felkiáltás első olvasata ('mindörökké Arsenal') adja. A második, a NEM TÖRÖDÖM BELE forgatókönyv alapjául a *Gunners 4 Life* felkiáltás második olvasata ('mindörökké negyedik hely') és a *Faszbele, nem okoskodok* szövegrészlet ironikus újraértelmezése ('megmondom a tutit') szolgál. Eszerint a *Gunners 4 Life* szöveg egy antonimikus jelentésviszonyra épül: látszólag élteti, a valóságban viszont gúnyolja a londoni együttest. Mivel a kommentelő beszél az Arsenal szurkolóinak, egy, a csapatot kigúnyoló illokutív

beszédaktust hajt végre, a szöveg egyértelműen kifelé mutató mémnek tekintendő.



43. ábra: Egy szövegmém

5. A humoros mémek pragmatikai, szemantikai és grammatikai jellemzői

A futballról szóló internetes bejegyzések között 2015 decemberében kitüntetett szerep jutott a Dárdai Pál sikereire, illetve Böde Dániel egyik emlékezetes megmozdulására irányuló mémeknek. E fejezetben (vö. Istók 2017b, 2017e) a magyar Trollfoci Facebook-oldalán elérhető Dárdaival és Bödével kapcsolatos mémek és a vizuo-verbális humor kapcsolatát vizsgálom pragmatikai, szemantikai és grammatikai szempontból.

Az alábbiakban minden olyan Facebookon divatszerűen terjedő humoros vagy frappáns (elsősorban) kép–szöveg konglomerátumot mémként kezelek, amely magas fokú terjedési potenciállal rendelkezik (l. lájkok és megosztások száma).

5.1. Elméleti keret (a pragmatika mint esernyő)

Bár az internetes mémek szemantikai és grammatikai szempontból is kiválóan elemezhetők, a kibermemetikai kutatások elsősorban pragmatikai kérdéseket vetnek föl (pl. kontextus, dinamikus jelentésképzés, maximasértés).

A Yus nevéhez köthető kiberpragmatika fogalmán a klasszikus pragmatikai területek – pl. kontextus, udvariasság, relevancia – digitális közegben való vizsgálatát értjük (Yus 2001, 2008, Bonilla 2003). Veszelszki (2016: 59) az internetes nyelvhasználat pragmatikai szempontú kutatásának kezdetét a 2000-es évek közepére teszi: Susan C. Herring egy 2007-es nemzetközi pragmatikai konferencián tartott előadásában prioritásként nevezte meg a számítógép közvetítette kommunikáció pragmatikai alapú vizsgálatának a különböző nyelvészeti szemléletmódoktól való elkülönítését (Herring–Stein–Virtanen 2013: 4). A kiberpragmatikai kutatások mérföldkövének a Susan C. Herring, Dieter Stein és Tuija Virtanen szerkesztette *Pragmatics of Computer-Mediated Communication* (2013) [A számítógép közvetítette kommunikáció pragmatikája] című kötet tekinthető. Bár a magyar szakirodalom nem bővelkedik az internetes nyelvhasználat pragmatikájának írásaiban, Veszelszki Ágnes néhány éve megjelent *Megfontolások a digitális kommunikáció pragmatikai leírásához* (2015a) című tanulmánya irányadó munkának tekinthető.

Az alábbiakban a pragmatikára a) Stalnaker (1972: 383) és Levinson (1983: 3) nyomán a kontextuális jelentés tanulmányozásaként és b) olyan szemléletmódként tekintek, amely Östman metaforájával élve (1988: 28) esernyőt tart a különböző nyelvészeti diszciplínák – esetünkben a szemantika és a grammatika – fölé, illetve párbeszédet folytat azokkal (a témáról bővebben l. Tátrai 2011: 14–18).

5.2. Anyag és módszer

5.2.1. A vizsgálat módszertana és szempontjai

Az alábbiakban a Trollfoci Facebook oldalán 2015 decemberében közzétett Dárdai- és Böde-mémeket elemzem kvalitatív szempontból. A 71 letöltött mém közül 13 Dárdai Pál sikereire, 58 pedig Böde Dániel egyik emlékezetes megmozdulására irányul. A korpuszalapú empirikus vizsgálat során minden olyan kép–szöveg kapcsolatot mémként kezelek, melynek alapja egy frappáns vagy humoros gondolat, illetve összefüggés (SzÁ). A 2016. január 24-én letöltött 71 mém összesen 279 880 lájkot és 13 821 megosztást kapott. Az egy mémre eső lájkok száma 3942, a megosztásoké pedig 195. A letöltött artefaktumokhoz összesen 2356 kommentet fűztek a felhasználók, ami mémenként 33 hozzászólást jelent. A lájkok, a megosztások és a hozzászólások magas száma jelzi a mémekben rejlő magas fokú terjedési potenciált.

5.2.2. Célok és hipotézisek

A vizsgálat célja az internetes mémek sajátosságainak a humor szempontjából releváns nyelvészeti keretek közötti feltárása. Hipotézisem szerint csaknem valamennyi SzÁ-val rendelkező kép–szöveg együttes komplementer jellegű, vagyis kölcsönösen feltételezik egymást. Eszerint egy komplex jel vizuális és verbális elemei önállóan nem egyértelműek, nem értelmezhetők sikerrel (ti. a szerzői szándéknak megfelelően). Kép és szöveg, valóság és fikció, szó szerinti és átvitt jelentés kollokációszerű használata támaszthatja alá a mémek imaginárius-voltát. Iser irodalmi művekre vonatkoztatott terminusán „az adott és az elképzelt összjátékát” értjük (2001: 21). A mémkorpuszból vett artefaktumokkal igyekszem igazolni, hogy a mémek propozicionális tartalma csak másodlagos, az illokutív és perlokutív aktus, vagyis a „mémíró” szándéka és a „mémolvasóra” gyakorolt hatás a meghatározó.

A szemantikai alapú humorforrást a lexikai jelentésviszonyokkal (poliszémia, homonímia, paronímia), a pragmatikait az explicit és implicit jelentés kölcsönviszonyával (dinamikus jelentésképzés), a hiperbolával (túlzás), és az immutációval (helyettesítés), a grammatikait pedig a „gyakoritka” szóalkotási eljárásokkal – a szó- vagy szókapcsolat-vegyüléssel, a népetimológiával, illetve szándékos szóferdítéssel) keletkező alkalmi szóalakokkal magyarázom.

5.2.3. A Trollfoci

Az angol TrollFootball mintájára megalkotott magyar Trollfoci Facebook-oldala elsősorban „futballal kapcsolatos humoros-parodisztikus tartalmak közzétételével foglalkozik” (Veszelszki 2015b: 40), és „elviselhetővé teszi a máskülönben elviselhetetlen magyar futballközéget” (Gazdag 2014). A Trollfoci nevében szereplő *troll* kifejezés a digitális kommunikáció szókészletét bemutató *Netszótár* meghatározásában a következő: „Sok résztvevős virtuális kommunikációban (például internetes fórumon, közösségi oldalon) szándékosan zavart, széthúzást keltő személy, provokátor. Általában gyűlölködő megjegyzésekkel, személyeskedéssel vagy követhetetlen, a témától eltérő kommentárokkal próbál zavart kelteni. A romboló tevékenységet trollkodásnak nevezik. Nevét a skandináv mondavilágból ismert, a fantasy irodalomban, illetve a szerepjátékokban kötekedő, agresszív lényként felbukkanó figuráról kapta” (Veszelszki szerk. 2012: 334–335). Az oldal nevében szereplő *troll* kifejezés utal a közösség társadalmi kontextusban betöltött görbe tükröt mutató szerepére. A saját weboldallal, könyvvel (l. Rekop–Adminok 2014) és TV-műsorral büszkélkedő Trollfoci népszerűségét mutatja, hogy a Facebook-oldalt látogatók száma 2016 februárjában meghaladta a 290 ezret, 2018 februárjában pedig már a félmillióhoz közelít. A szerkesztők által készített és az oldal kedvelői által beküldött mémek válogatás után a hírfolyamban egyaránt hozzáférhetők, lájkolhatók és megoszthatók. Egy, a Trollfoci alapítójával készített és az *index.hu*-n olvasható interjúból kiderül, hogy az oldal „profí játékosokat emel fel, sőt válogatott futballisták maguk küldenek be képeket, hogy kifigurázhassák őket” (Lovas–Sajó 2015).

5.2.4. A szereplők (tematikus kontextus, SzÁ)

Mivel a vizsgálat során abból a pragmatikafelfogásból indulok ki, amely a pragmatikára „a különböző nyelvészeti részdiszciplínák közötti párbeszéd

kialakítására” szolgáló szemléletmódként tekint, és a „kontextusfüggő megnyilatkozás folyamatában dinamikusan létrejövő jelentést vizsgálja” (Tátrai 2004: 479–480), elkerülhetetlen a mémek tematikus kontextusának a rövid ismertetése.

Dárdai Pál, a német élvonalban szereplő Hertha BSC edzője a 2015/16-os szezon őszi szakaszában dobogóra vezette csapatát. Az azt megelőző idényben a kiesés ellen küzdő berlini együttes sikerét a szurkolók a magyar futballválogatott volt játékosának, későbbi szövetségi kapitányának, Dárdai Pálnak tulajdonítják. Az egykori válogatott Bognár György Dárdai magyar szövetségi kapitánynak való kinevezésekor a következőt nyilatkozta: „Nem az ő képességeit vonom kétségbe, hanem a szövetség (MLSZ) döntését, hogy ezzel szembeköpte a magyar edzőtársadalmat” (W21).

Böde Dániel magyar labdarúgó-válogatott hazája Norvégia elleni visszavágó mérkőzésén a nyakánál fogva vágta földhöz az ellenfél egyik játékosát. Az M4-nek adott nyilatkozatában a következőképp magyarázta az Even Hovlanddal szemben elkövetett szabálytalan megmozdulását: „Rosszul toltam meg a labdát, a gyerek le tudott szerelni, és úgy voltam vele, hogy ne legyen kontra. Ezt a módját választottam, hogy megállítsam” (W22). Böde ominózus jelenetére reflektáló hasonlata már-már a futballfolklor részének tekinthető: „Szokták mondani, hogy pofára esett, mint a zsiros kenyér” (W23).

A szóban forgó eseményeket követően a különböző hazai és külföldi oldalak mémek tucatjait gyártották le, illetve osztották meg a fent ismertetett történések analógiájára.

5.3. Humorforrás

Ahogyan a marketingben a különféle márkák, úgy az interneten a különböző mémek is meghatározott értékkel rendelkeznek. Horváth, Mitev és Veszelszki (2013: 152–153) a következő dimenziókat tartja a mémérték szempontjából döntőnek: egyediség, felismerhetőség, aktualitás, variálhatóság, azonosulás, maszkszerűség, humor és szerethetőség. A Böde- és Dárdai-mémek „eladhatóságát” is három-négy ilyen összetevő biztosítja: a) aktualitás (l. aktuális eseményekre való reflektálás); b) azonosulás/szerethetőség (l. magyar célközönség); c) humor (l. Trollfoci). Ezek közül az alábbiakban csak a humorról foglalkozom.

A *humor* latin eredetű szó, jelentése ’nedv’, ami a korabeli orvostudomány azon tanával hozható kapcsolatba, amely szerint az ember kedélyállapotát

testének nedvei befolyásolják. Fülöp Lajos a (nyelvi) humort olyan kontraszt-jelenségként határozza meg, amely „a helyes és helytelen, a szokásos és szokatlan, a szabályos és szabálytalan ellentétén alapul” (2013: 60). A vidámságot és nevetető hatást keltő komikum ábrázolásának ezt a fajtáját a szatírától „a bírálat fokának a visszafogottsága különbözteti meg [...]: derű és szomorúság, elégikus hangulat és harsány jókedv, megbocsátás és kinevetés keverednek benne” (Fülöp 2013: 60–61). A humor nehezen illeszthető pontosan körülhatárolt keretek közé, mivel meglehetősen sokszínű és összetett jelenség (Jellinek 2015: 174): „a váratlanság, szokatlanság, elvárássértés, ellentmondás (inkongruencia) mozzanata fedezhető fel a humoros szövegek jelentésvilágában” (Nemesi 2015: 149).

A letöltött mémeket a humorforrás szempontjából három kategóriába sorolom. Mivel azonban az általam bemutatott példák esetenként több kategórián belül is értelmezhetők, fenntartom a csoportok közötti átjárhatóság lehetőségét.

5.3.1. Szemantikai alapú humorforrás

Az elmúlt évtizedekben született számos humorelmélet (l. Raskin 1985; Attardo 1994; Kuipers 2006; Krikmann 2007) közül a Victor Raskin (1985) nevéhez fűződő *Semantic Script Theory of Humor* (SSTH) és a tanítványa, Salvator Attardo (1994) által továbbfejlesztett *General Theory of Verbal Humor* (GTVH) a legelterjedtebb (a különböző humorelméletekről magyarul l. Jellinek 2015: 173–190; Nemesi 2015: 123–156). Az SSTH és GTVH a humort különböző szituációkra reflektáló forgatókönyvek szembenállásaként értelmezi. Ezek a forgatókönyvek „tartalmazzák az adott szituációban lezajló tipikus lépések konvencionális sorrendjét, a tipikus résztvevőket és az adott szituációval asszociálható más személyeket, tárgyakat, fogalmakat” (Jellinek 2015: 174).



44–48. ábra: Lexikológiai jelentésviszonyokon alapuló forgatókönyv-ütközések

(22) – Milyen fék van ezen? / – Kontra fék... / – Nem lehet kontra!!! (44. ábra)

Az (22) párbeszédben a verbális és a vizuális elemek a jelentésképzés és a forgatókönyv-alakítás során kölcsönösen feltételezik egymást. A hallgatóban a képi (kerékpár, kerékpározó hölgy, kerékpározó férfi) és a nyelvi elemek (*fék*, *kontra fék*) együttesen aktiválják az elsődleges elvárás³¹, a *kerékpározás* forgatókönyvét. A *Nem lehet kontra!!!* megnyilatkozás ugyan látszatra illeszkedik az első forgatókönyvhöz, az azt követő vizuális elemek (a kerékpár földhöz vágása; Böde az, aki földhöz vágja a kerékpárt) nem illenek bele az általunk felállított elvárás képébe, és arra készítetnek bennünket, hogy gondoljuk újra a korábban elhangzottakat. A figyelem ekkor a kerékpározó Bödére, a jelentéstapadást (*kontra* < *kontratámadás*) és poliszémiát (*kontra*: 1. féktípus; 2. ellentámadás) kihasználó fordulóra (*Nem lehet kontra!!!*), valamint a futballista egy korábbi mozdulatára és nyilatkozataira irányul (SzÁ), aktiválva a második, a ZSÍROS KENYÉR forgatókönyvet. A két különböző jelenet egymásmellettisége, ütközése a humoros hatás kiváltója. A futballista által használt *kontra* szó a *kontratámadás* 'ellentámadás' kifejezésből jöhetett létre jelentéstapadással. Jelentéstapadásról akkor beszélünk, amikor „a jelzős szerkezetek jelzett szavának jelentése a jelzőéhez tapad” (Jakab 2010: 406). A párbeszédben olvasható *kontrafék* kifejezéshez az *Etimológiai szótár* a következő jelentést

³¹ Jellinek Sára a forgatókönyv kifejezés helyett („mellett”) az *elvárás* terminus használatát javasolja (bővebben l. 2015: 175).

kapcsolja: „<kerékpáron> a pedál hátranyomásával működő fék” (Zaicz főszerk. 2006: 388). A *kontra(támadás)* és *kontra(fék)* kifejezések közötti poliszémikus viszonyt a jelentések implikálta latin *contra* ’szemben, ellen’ összefüggés adja.

Jellinek egy általa bemutatott példa alapján arra a következtetésre jut, „hogymely olyan szöveget humorosnak nevezhetünk, amely egy elsődleges elvárás egy másodlagossal tör meg” (2015: 176). A raskini forgatókönyvváltást mint a viccek mozgatórugóját nyelvi tényezőkkel is magyarázhatjuk, hiszen a humoros hatás kiváltója (trigger) legtöbbször „a kétértelműség (ambiguitás) vagy az ellentmondás (kontradikció) valamely formája” (Nemesi 2015: 126–127).

Nemesi Attila László felhívja a figyelmet arra, hogy Raskin a szemantikai forgatókönyv-elméletét „nem tudja szemantikai keretek között tartani”, és elfelejti hangsúlyozni a humorjelenség pragmatikai voltát (2015: 124). Nemesi állítását támasztja alá az elemzett példa ZSÍROS KENYÉR forgatókönyve is, amely a nyelven kívüli valóságra, egy nem mindenki által ismert tematikus kontextusra utal.

A szemantikai forgatókönyv-elmélet egyik kritikus pontja, hogy akadnak olyan humoros szövegek is, amelyekből hiányzik a forgatókönyv vagy forgatókönyvváltás, illetve ha van is, akkor az nehezen/körülményesen modellálható (vö. Nemesi 2015: 124–132):

(23) NEE, CSAK BÖDÉT NEE! [Cristiano Ronaldo sírva fakad, amikor megtudja, hogy Portugália a Bödét is soraiban tudó magyar válogatottnal találkozik az Európa-bajnokságon]

A (23) példa mindössze egy képből (l. Cristiano Ronaldo) és egy megjegyzésből (l. félelem) áll. Ebben az esetben nyilván nem forgatókönyv-ütközésről, hanem Böde képességeinek a túlbecsüléséről van szó, ami az aranylabdás Cristiano Ronaldo szájából ironikusnak, sőt túlzónak hat (l. pragmatikai alapú humorforrás/túlzás/irónia).

A szemantika „a nyelvi jelek és a jelölt tárgyak, illetve a jelek és a jelentés közötti viszonyokat tanulmányozza” (Lőrincz 2015: 21). A felállított korpuszban a jel hangalakjának és jelentéseinek viszonya alapján elkülönített lexikológiai jelentésvizonyok két típusára, a homonímiára és a poliszémiára találunk számos példát. A szinkrón szemlélet szerint csak akkor beszélhetünk poliszémiáról, ha egy szóalakhoz két vagy több, a tudatunkban egymással szorosan összefüggő jelentés kapcsolódik. Amennyiben viszont nem érzékeljük a jelentések közötti

összefüggéseket, homonímiával állunk szemben (vö. Károly 1970: 85; Lőrincz 2015: 50–51). Lendvai Endre (1996) szerint a poliszémia „megfelel a komikum előfeltételeinek, mert felszíni egyezés mellett tartalmi eltérés jellemzi” (53), a homonímia pedig „az egyik legerősebb humorképző nyelvi eszköz” (57).

A kép és szöveg kapcsolata a mémek vizsgálatának szempontjából háromféle lehet: 1. a kép elsőrendű a szöveggel szemben; 2. a szöveg elsőrendű a képpel szemben; 3. a szöveg és a kép kölcsönösen kiegészíti egymást (vö. Nyíri 2011; Veszelszki 2012; Horváth–Mitev–Veszelszki 2013: 143–144; Szerdi 2017b: 102–103). A Tátrai által hangsúlyozott dinamikus jelentésképzés (bővebben l. 2011: 100–125) az internetes mémek vizuális és verbális elemeinek komplementer jellegén alapszik: „A kontextuális szemantika meghatározása szerint a szavak jelentése azokból a szokásos kapcsolatokból (kollokációk) alakul ki, amelyeket a kontextusban más szavakkal (esetünkben képekkel – szerk. megj.) létesít” (Lőrincz 2015: 46). A vizuális és verbális elemeket egyidejűleg tartalmazó internetes mémek kohézióját rejtett vagy felszíni deiktikus elemek biztosítják: a) *régen... most*; b) *előtt(e)... után(a)*; c) *tegnap... ma*; d) *nektek... nekünk* stb.

(24) Palik régen... / ...és most (45. ábra)

A (24) szöveg önmagában nem egyértelmű. A megnyilatkozás két, a beszédesemény idejére vonatkozó deiktikus elemet (*régen, most*) tartalmaz. „A deixis olyan nyelvi művelet, amely a diskurzus értelmezésébe bevonja a résztvevők fizikai és társas világát, vagyis azokat a kontextuális ismereteket, amelyek a beszédesemény tér- és időbeli, valamint személyközi viszonyainak a feldolgozásából származnak” (Tátrai 2011: 127). A szóban forgó két deiktikus elem referenciális értelmezése kizárólag „annak a fizikai és társas környezetnek a feldolgozásával oldható meg”, amelyben a megnyilatkozás elhangzott (2011: 127). A megnyilatkozás esetünkben a szövegek alatti egy-egy képen látható személyekre, Palik László sportkommentátorra és Dárdai Pál futballedzőre vonatkozik. A humor forrását az előbbi családnevének (egyes szám) és az utóbbi keresztnévének (többes szám) vegyes szerkezetű homonimikus viszonya adja.

(25) Böde azt mondta, nem ért az öltözködéshez... /
...pedig a norvégot jól megruházta! (46. ábra)

A (25) példában a *megruház* szóalak két különböző, szinkrón és diakrón szempontból egyaránt össze nem függő jelentést implikál. Először a *ruha* szláv jövevényszó („vö. horvát-szerb *ruho* ’ruha, öltözet’, szlovák *rucho* ’ugyanaz <főként köznyelvi szóként>’”) *megruház* ’felöltöztet’ alkalmi származékáról, másodszer pedig „a feltehetően a korábbi cigány eredetű *ruhi* ’ütés’ [...] főnév hatására” létrejött *megruház* ’megver’ kifejezésről van szó (Zaicz főszerk. 2006: 632). A humor alapjául tehát a homonimikus viszonytal is magyarázható ÖLTÖZKÖDÉS ÉS ZSÍROS KENYÉR forgatókönyvek ütközése szolgál.

(26) Hogy szakítana Böde a csajával? / Dobná... (47. ábra)

Az (26) példa az előzőhöz hasonlóan megköveteli a befogadó részéről azt a közös tudást, amelyre a megnyilatkozás irányul: „az implicittség [...] az explicitésséggel való dinamikus kölcsönviszonyában nyer értelmezést, és alapvetően ez határozza meg az implicit jelentés létrehozásának lehetőségeit is” (Tátrai 2011: 101). A megnyilatkozás két párhuzamos referenciális jelenetet implikál: egyrészt a nyelviileg explicitté tett *dobás* ’szakítás’ pillanatát, másrészt a futballista emlékezetes megmozdulását mint tematikus kontextust. A két referenciális jelenet érintkezési pontja a valakitől való megszabadulás folyamatában rejlik, és ez biztosítja a *dobná* szóalak poliszémikus jellegét mint a humor forrását.

(27) Ő itt egy Kylo... / ...ő meg száz kiló! (48. ábra)

A Fradi.hu egyik videójából kiderül, hogy a Ferencváros ún. „buborékfocis edzésén” Böde teljesített a legjobban, eredményességére pedig a következő magyarázatot adta: „Száz kiló vagyok bazd meg!” (W24). A 47. ábrán Kylo Ren, a *Csillagok háborúja* egyik gonosztevője és Böde Dániel láthatók: a humoros hatást egyrészt a játékos fenti megnyilatkozására való közvetett utalás (pragmatikai összetevő), másrészt pedig a *Star Wars*-figura nevének (*Kylo* [ejtsd: *kájló*]) és a futballista testsúlyát jelölő mértékegységnek (*kiló*) a paronimikus viszonya (hasonló alakúsága) váltja ki (szemantikai összetevő). Az *egy* (*Kylo*) határozatlan névelő a ko-textusnak (*száz kiló*) köszönhetően aktualizálódik, és mennyiséget jelentő melléknévként, vagyis számnévként válik a komikum hordozójává.

A szemantikai alapú humorforrás a raskini forgatókönyvváltással vagy -
ütközéssel jól magyarázható, ha azonban szeretnénk szigorúbb értelemben vett
nyelvi keretek között maradni, célszerűbb a lexikai jelentésviszonyokon alapuló
fordulókat megvizsgálnunk: a humoros hatást legtöbb esetben a homonímia
(azonosalakúság) vagy a poliszémia (többjelentésűség) biztosítja. Meglátásom
szerint az így létrejövő referenciális jelenet a kontextusok manipulálásán alapul,
ami azt jelenti, „hogyan a megnyilatkozást vagy annak egy részletét nem az adott
kommunikációs és nyelvi környezetben elvárható(bb) értelemben használják,
hanem egy másik értelmezés lehetőségét nyitják meg” (Tátrai 2011: 66).

5.3.2. Pragmatikai alapú humorforrás

Tátrai Szilárd a pragmatikára nem egy egyirányú, hanem egy olyan átfogó
szemléletmódként tekint, amely a nyelvi tevékenységet az egyes szociokulturális
és kognitív feltételek együtthatásának a függvényében elemzi. E megközelítés
alapján a jelentés(képzés) mint olyan dinamikus, a különböző kontextuális
körülmények által meghatározott (vö. Tátrai 2011: 9).

Susan C. Herring felhívja a netnyelvészek és a tudományterület iránt
érelklödök figyelmét, hogy a digitális kommunikáció pragmatikai leírása
nemcsak a digitális közegben is vizsgálható klasszikus pragmatikai területekre –
pl. a beszédaktusokra, az udvariasságra, az implikaturákra –, hanem a CMC-
specifikus jelenségekre – pl. a nicknevekre, a trollokra vagy a flamingre – is
kiterjedhet (Herring–Stein–Virtanen 2013: 4 nyomán Veszelszki 2015a: 242–
243).

Az internetes mémek humorának pragmatikai elemzését elsősorban a
kontextus fogalma felől közelítem meg. Tátrai a kontextus összetevőire olyan
értelemtartományként tekint, „amely a szituációra, a cselekvésre és a témára
vonatkozó ismereteket foglalja magában” (2004: 483). Az internetes mémek a
részrtvevői szerepek többszörös egymásba ágyazódását jelenítik meg: a fiktív,
ugyanakkor korábban elhangzott megnyilatkozások elemeit tartalmazó
párbeszédekre épülő mémek beágyazódnak abba a diskurzusba, melyben a görbe
tükröt mutató sportoldal a megnyilatkozó, az oldal kedvelői pedig a befogadó
szerepét töltik be. Vegyük szemügyre azt a példát, amelyet korábban
szemantikai keretek között vizsgáltunk meg (44. ábra).

Az (22) megnyilatkozásban a többszörösen egymásba ágyazott résztvevői
szerepek a következőképp alakulnak: makroszinten a Trollfoci (szórakoztató) és
az oldal kedvelői (szórakoztatott) közötti kommunikációról, mezoszinten a

kerékpározó hölgy és Böde Dániel fiktív párbeszédéről, mikroszinten pedig – utalás révén – a futballista M4-nek adott nyilatkozatáról van szó (SzÁ).

A szituációs kontextus vagy beszédhelyzet fogalmán Tátrai a *ki?*, *kinek?* és a *mikor?*, *hol?* kérdések által jelölt kommunikációs tényezőket érti. A szituációs kontextus ismerete tehát egyenlő a diskurzus résztvevőinek kapcsolatára, illetve térbeli és időbeli elhelyezkedésére vonatkozó ismeretekkel. A cselekvés kontextusa a megnyilatkozások miéértjére reflektál: a megnyilatkozások értelmezésekor figyelembe kell vennünk a kommunikációt megalapozó (mögöttes) szándékokat, célokat és érdekeket (Tátrai 2004: 480–481). Az internetes mém mint sajátos kép–szöveg konglomerátum (Horváth–Mitev–Veszelszki 2013: 143–144) egy olyan meghatározott előismeretekkel rendelkező befogadót – Umberto Eco (1984: 7) szavaival: modell-olvasót [model reader] – feltételez, aki a világ dolgaira reflektáló kommunikátum értelmezésekor a szerzői szándékot [intentio auctoris] is felismeri. A jelentést vagy annak egyik összetevőjét Austin és Searle is a beszélő – esetünkben a mémgyártó (Trollfoci) – intenciójával azonosítják (vö. Kelemen 2007: 18). Veszelszki az e-folklór és a Facebook-folklór szövegeit vizsgálva megállapítja, hogy azok „propozicionális tartalma másodlagos; sokkal erőteljesebb viszont az illokutív és a perlokutív aktus, azaz az üzenetítő (vagy -továbbító) intenciója, illetve az általa kiváltott hatás” (2011c: 380; vö. Runkehl–Schlobinski–Siever 1998). Az alábbiakban konkrét példákon szemléltetem, hogy az e-folklór részét képező internetes mémekről mindez ugyancsak elmondható. Veszelszki az internetes mémgyártás céljaként az aktuális társadalmi-közéleti jelenségek kigúnyolását, görbe tükör tartását, a reklámot, a mémek közösségalkotó hatását, a szórakoztatást és a humort nevezi meg (2013b: 22).

Az internetes mémek sikeres értelmezése megköveteli a tematikus kontextus (az SzÁ) birtokba vételét. Ezen azokat a pragmatikai háttérismereteket értjük, amelyek szükségesek ahhoz, „hogyan megértsük, miről is szól, mire is vonatkozik az adott megnyilatkozás (Tátrai 2004: 481). Veszelszki egyik tanulmányában szintén felhívja a figyelmet arra, hogy az általa vizsgált mémek „háttértudás vagy szöveges kommentár nélkül értelmezhetetlen szöveg-kép kapcsolatok” (2013b: 14). Igaz ugyan, hogy esetenként a megfelelő előismeretek hiányában is értelmezhetők (szemantikai jelentés) a mémek, ilyenkor azonban a jelentéstársítás nem vagy csak részben felel meg a szerzői szándéknak (pragmatikai jelentés).

(28) A Raffaello többet mond minden szónál, de... / a zsíros kenyér hagymával minden lélegzetet elállít!

A (28) mondat mást jelent a feltételezett háttértudás birtokában álló implicit olvasó [implied reader] és a megfelelő előismeretekkel nem rendelkező aktuális olvasó [actual reader] számára. A humor alapjául (explicit jelentés) mindkét befogadótípusnál egy ismert reklámszlogen, a második tagmondat vicces tartalma (szemantikai összetevők) és a kettő kapcsolatából létrejövő szintaktikai jellegű ellentétes mellérendelés (grammatikai komponens) szolgál. A szerző által feltételezett ideális befogadó, vagyis az implicit olvasó azonban a megnyilatkozás nyelvi dimenzióján túl annak nyelven kívüli (pragmatikai) összetevőit is számba veszi (implicit jelentés): a közös tudással rendelkező szerző és olvasó a „zsíros kenyér” példáján Böde Dániel megmozdulására és nyilatkozatára asszociál. Az explicit és implicit jelentés együtthatása biztosítja a Tátrai-féle (2011: 101) dinamikus jelentésképzést.

A modifikált képet tartalmazó mémek a következő doménekből származnak: ismert filmek jelenetei (*Star Wars*, *Oroszlánkirály*, *És megint dühbe jövünk*, *Bűnvadászok*, *Reszkessetek betörők!*, *A Keresztapa*, *Ace Ventura*), irodalmi vonatkozások (*Toldi*, *Toldi estéje*, *Élet és Irodalom*), az ominózus megmozdulás más szereplőkkel (egy macska, Ted mackó), ünnepi hangulat (karácsonyfa-díszítés, ajándékbontás, zöldségárus) és sportesemény (futball, darts, ökölvívás).

Veszelszki a magyar kontextushoz kapcsolódó modifikált képekre az *országspecifikus* és a *kultúrspecifikus* jelzőket használja (2013b: 19–20). Az általam vizsgált mémeket az előbbi kifejezések mintájára *nemzetspecifikusnak* és néhány esetben *nyelvspecifikusnak* tartom. Az előbbi kategóriába nemcsak a magyarországi, hanem a magyar célközönség számára ugyancsak érdekes külföldi, de magyar vonatkozású történésekre, például a Dárdai németországi sikereire irányuló mémek is besorolhatók (l. Dárdai Pál németországi sikerei). A nyelvspecifikus mémek csoportját a más nyelvekre le nem fordítható magyar nyelvű játékos kifejezések gazdagítják (pl. *földhöz verTED*; *Lejön King*; *Reszkessetek Bődetörők!*).



49–51. ábra: Böde a magyar irodalomban

(29) Hé paraszt, melyik út megyen Franciaországba? / Nektek egyik sem...
/ És anyád a paraszt! (49. ábra)

A (29) párbeszéd Arany János *Toldi* című művének két jelenetére épül: az Első énekben elhangzó „*Hé, paraszt! melyik út megyen itt Budára?*” / *Kérdi Laczfi hetykén, csak amúgy félvállra* modifikációjának (Laczfi hada ~ norvég válogatott; Toldi ~ Böde) és a Harmadik énekben olvasható *Repül a nehéz kő: ki tudja, hol áll meg?* / *Ki tudja, hol áll meg s kit hogyan talál meg?* implikátumának az összeillesztéséről van szó.

(30) Mint magenta fénye őszi éjszakákon / Messiről lobogva Fradi-
arénánkon: / Böde Dani képe úgy villan fel nékem, / Majd kilenc-tíz
mém-lehetőségben. / Hallanám dübörgő hangjait Hovlandnak, / Kit
ma – gondolnátok – kórházban ápolnak? (50. ábra)

A (30) vers az ugyancsak Toldiból származó sorok átköltése (Toldi Miklós képe ~ Böde Dani képe). A (24) és (25) mém nemzetspecifikus jellege a magyar olvasóközönség tagjainak vonatkozó irodalmi háttérismeretén, kölcsönös tudásán alapul.

A Paul Grice (1997 [1975]) által bevezetett együttműködési alapelv fogalmán a megnyilatkozó és befogadó sikeres kommunikációhoz való konstruktív hozzájárulását értjük (vö. Tátrai 2011: 110). Grice (1997: 216–217)

az együttműködési alapelvhez kapcsolódó négy társalgási maximát különböztet meg (a mennyiség, a minőség, a viszony és a modor maximáit). A letöltött mémek jelentős részének humorforrása a minőség első maximájának a megsértésén (l. irónia, hiperbola, immutáció) alapul: „Ne mondj olyasmit, amiről úgy hiszed, hogy hamis” (Grice 1997: 217). Az alábbi példákban (makroszinten) a mémgyáros, illetve (mezoszinten) a mémszereplő megsérti a minőség első maximáját, mivel nyilván nem hiszi igaznak/valósnak azt, amit (makroszinten) bemutat, illetve (mezoszinten) állít.

5.3.2.1. Irónia (eltérő jelentés)

Az iróniát általában a mondott jelentés ellentétéként definiálják, Komlósi értelmezésében azonban mindössze eltérést fejez ki, mivel azt implikálja, „hogyan van valami, ami bármi más, de nem az, amit mondom róla” (2013: 412). Empirikus kutatások szerint az irónia általában hiperbolával (túlzás) vagy litotésszel (kicsinyítés) társul (Nemesi 2009: 126–129; vö. Komlósi 2013: 414). Az alábbi mémek adekvát értelmezése megköveteli a Bognár György nyilatkozatára vonatkozó (tematikus) kontextuális ismereteket.



52–53. ábra: Humor és irónia

- (31) Most mit vagytok úgy oda Dárdaival?! / Bognár Gyurival második lenne a Hertha... (52. ábra)
- (32) Dárdai Pál: Igen! A 3. helyen telelünk a Bundesligában! / Bognár György: Nagy cucc... Messze még a dobogó első foka... Pfff... (53. ábra)

5.3.2.2. Hiperbola (túlzás)

Nemesi (2009) szerint a túlzás két ellentétes irányban is érvényesülhet: a szemantikai skála két pólusát a nagyítás és a kicsinyítés jelenti. Egyes szerzők – mint például Szathmári (1958: 148; főszerk. 2008: 288–292) – a kicsinyítő hiperbolákat a túlzás inverz műveleteként számon tartott alakzatfajtákhoz (litotész, meiózis, eufemizmus) sorolják (Nemesi 2009: 152–153; vö. Komlósi 2013: 414). Jelen munkámban nem kívánok különbséget tenni a túlzás egyes típusai között. Az alábbiakban Böde képességeinek – erejének, hatalmának, játéktudásának stb. – a (helyenként ironikus) felnagyítására, idealizálására, valamint Dárdai Pál edzői kvalitásainak a felmagasztalására találunk számos példát.



54–58. ábra: Böde erejének és Dárdai rátermettségének misztifikálása

- (33) Dani! Mindent megkóstoltál karácsonykor? / Mindent IS! (54. ábra)
- (34) [Böde visszautasítja a Barcelona, a Real Madrid és a Chelsea ajánlatát] (55. ábra)
- (35) [Böde olyan erős, hogy elbír egy oroszlánna] (56. ábra)

- (36) [Juhász Roland részt vesz néhány cselgáncsedzésen, hogy megvéddesse magát Bödétől]
- (37) 100 kiló alatt az ember karácsonyfadísz [Bödéhez képest Cristiano Ronaldo karácsonyfadísz]
- (38) [Böde „csak” száz pontot dobott dartson]
- (39) Dárdai Palit női kézilabda kapitánynak, vele meglelt volna a VB győzelem (57. ábra)
- (40) [a Hertha legyőzné a Real Madridot] (58. ábra)

5.3.2.3. Immutáció (helyettesítés)

Az immutáció a négy retorikai alapl művelet egyike: egy elem egy máshonnan vett elemmel való felcserélése. Quintilianus a detrakció (elvétel) és az adjekció (hozzáadás) együttes alkalmazásaként tekint rá (Szathmári főszerk. 2008: 305). Az alábbi példákban (fény)képek vagy szöveg(részlet)ek önkényes helyettesítését figyelhetjük meg. A humoros hatás kiváltója rendszerint egy külső vagy belső tulajdonságon alapuló metaforikus átvitel:

a) Böde mint ismert színész, film-/mese-/műsorszereplő, énekes, sportoló



59–62. ábra: Böde mint színész vagy film-, illetve meseszereplő

- (41) [Böde mint Bud Spencer] (59. ábra)
- (42) [Böde mint Jedi lovag] (60. ábra)

- (43) [Böde mint Frédi] (61. ábra)
- (44) [Böde mint Rafiki] (62. ábra)
- (45) [Böde mint Stahl Judit] (71. ábra)
- (46) [Böde mint Demjén Ferenc] (70. ábra)
- (47) [Böde mint Kozsó]
- (48) [Böde mint Tyson Fury]

b) megszemélyesítés (inverz immutáció)



63–64. ábra: Állatok Böde bőrében

- (49) Böde macskája újra akcióban [a macska ereje ~ Böde ereje] (63. ábra)
- (50) földhöz verTED / Even Hovland / BöTED Dániel [Ted ereje ~ Böde ereje] (64. ábra)

c) ismert cím, szövegrészlet (önkéntes helyettesítés vagy hasonlóságon alapuló metaforikus átvitel)



65–67. ábra: Filmcímek helyettesítése

- (51) „Ez egy EB-meccs, ide a három pontot!” Jobb, ha te mondd, te száz kiló vagy b@zmeg! [„Rablótámadás, kezeket fel!” Jobb, ha te mondd, a te hangod mélyebb!] (59. ábra)
- (52) Magyarok vagyunk! Ide az EB győzelmet! Jobb ha te mondd, a te hangod mélyebb... [„Rablótámadás, kezeket fel!” Jobb, ha te mondd, a te hangod mélyebb!]
- (53) ...és megint EB-re megyünk [És megint dühbe jövünk] (65. ábra)
- (54) Hé paraszt, melyik út megyen Franciaországba? [Hé paraszt! melyik út megyen itt Budára?] (49. ábra)
- (55) Böde estéje [Toldi estéje] (50. ábra)
- (56) Reszkessetek norvégok! [Reszkessetek betörők!] (66. ábra)
- (57) Reszkessetek Bötörők! [Reszkessetek betörők!] (69. ábra)
- (58) A Dani visszatér [A jedi visszatér] (67. ábra)

A szemléltetett példákból kiderül, hogy a pragmatikai alapú humorforrás általában az explicit és implicit jelentés kölcsönviszonyával (dinamikus jelentésképzés), a hiperbolával (túlzás) és az immutációval (helyettesítés)

magyarázható. A szóban forgó mémek sikeres/adekvát értelmezése megköveteli a Trollfoci követőinek futballra vonatkozó kölcsönös tudását, a tárgyra vonatkozó háttérismeretét³². Az oldalon közzétett Böde-mémek olvasása során az analógiás értelmezés alapelvét követjük, vagyis támaszkodhatunk azokra a tapasztalatainkra, amelyekre a hasonló – sportolókkal, színészekkel, celebekkel stb. kapcsolatos – internetes mémek megismerésekor, illetve értelmezésekor tettünk szert (vö. Tátrai 2004: 490).

5.3.3. Grammatikai alapú humorforrás

A *Magyar grammatika* (Keszler szerk. 2000) meghatározása szerint a szűkebb értelemben vett grammatika vagy szerkesztéstan „a nyelv jelentéssel bíró elemeinek szerkesztési, kapcsolódási szabályait írja le, [...] tárgya a morféma, a szó és a szintagma; valamint részben a mondat mint szerkesztéstani egység” (Lengyel 2000b: 23).

Szintaktikai szempontból a kép–szöveg együttesek viszonylag korlátozottak (vö. Wiggins–Bowers 2016 [2014]), általában csak egy-két mondatból vagy tagmondatból épülnek fel. Andreas Osterroth (2015: 34–35) megkülönbözteti a szintaktikailag erősen, de pragmatikailag gyengén kötött és a szintaktikailag gyengén, de pragmatikailag erősen kötött internetes mémeket. Az első csoportba sorolhatjuk például a prototipikus *Ezt azokra, akik...* és a *Mindenki nyugodjon le...* kezdetű vagy a *Kérlek, mesélj még!* vagy a *Not bad!* végű mémeket. Ezek a szövegrészek az ismétlődő háttérképekkel együtt (sorrendben: Leonardo DiCaprio, gyűrűsfarkú maki, Willy Wonka, Barack Obama) alkotják az adott mém SzÁ-ját. Az ismétlődő szövegrész szinte bármilyen más szövegrésszel kiegészülhet, ezért különféle kontextusokra (SzV) utalhat. A második csoportba a kontextus alapján megnevezett kép–szöveg konglomerátumok sorolhatók. Ilyenek például a Böde- és a Dárdai-mémek, amelyek mondattanilag kötetlenek (SzV), pragmatikailag viszont mindig ugyanazt a kontextus(szelete)t implikálják (SzÁ). Meglátásom szerint egy mém humoros hatását annak szintaktikai felépítése nem idézheti elő, csupán erősítheti, mégpedig azért, hogy nem túl sok, legfeljebb 3-4 rövid, a befogadó számára is könnyen feldolgozható mondatot olvaszt magába. A humor felől nézve ezért is célszerűbb, ha a mémek mondattani jellemzői helyett a morfológiai sajátosságait kutatjuk.

³² A kontextuális ismeret, háttérismeret, közös tudás, közös világismeret, kölcsönös tudás terminusokról l. Tátrai 2011: 103.



68–71. ábra: „Gyakoritka” szóalkotási outputok a Böde-mémekben

A felállított korpuszban számos olyan példát találunk, melynek humoros hatását egy „gyakoritka” szóalkotási művelettel (szóalakvegyítéssel, szó szerkezetvegyítéssel, szóértelmesítéssel/szándékos szóferdítéssel) magalkotott kifejezés biztosítja.

Példák szóalakvegyülésre: *Dárdha* (Dárdai x Hertha); *Bödisney* (Böde x Disney); *böTED Dániel* (Böde x Ted); *Böde DAGI* (Dani x dagi); *BöDARTS* (Böde x Darts); *Bödemen Rózi* (Böde x Demjén); *földhözbaSTAHL konyhája* (földhöz basz x Stahl); *Reszkessetek Bödötörők!* (Böde x betörők). Az egyes példák részét képező nagybetűs írásmód a nyomatékositás, a kiemelés vagy a vegyülés határának a jelölésére szolgál.

A szóalakvegyülés elvén működő szókapcsolat-vegyülésre is találunk példát a korpuszban: *Böde Spencer – Dzsudzsz Hill* (Böde Dániel x Bud Spencer, ill. Dzsudzszák Balázs x Terence Hill). Mindkét esetben olyan, szerkezetvegyülés eredményezte szókapcsolatról van szó, „amely két eltérő, de jelentéstanilag összefüggő állandósult szókapcsolat elemeit tartalmazza, s így mindkettőre hasonlít, de el is tér mindkettőtől” (Lanstyák 2009: 215–216).

A vizsgált korpusz a ritkább szóalkotási módok közé sorolt népetimológiára vagy szóértelmesítésre is tartalmaz példát: *Lejön King* (Lion King). Népetimológiáról akkor beszélünk, „amikor a beszélők a számukra idegen, ismeretlen hangzású [...] szavakat a maguk számára értelmesítik, érthetővé teszik oly módon, hogy már meglévő elemekhez hasonlítják őket” (Lengyel 2000a: 347).

A fentebb felsorolt kifejezések olyan egyszeri szóalakok, hapax legomenonok, amelyek alkalmi jellegüknél fogva nem válnak a szókincs részévé, lényegük csupán a játékosság és figyelemkeltés. Valamennyi output besorolható Minya Károly (2010) a neologizmusok csoportosítására felállított rendszerébe:

19. táblázat. A hapax legomenon mint humorforrás (vö. Minya 2010)

	Szempontok	Besorolás	Indoklás
1.	szándékoltság (akarat) szerint	tudatos neologizmusok	kommunikációs igény (szórakoztatás)
2.	létrejöttük célja szerint	stilisztikai neologizmusok	stiláris szükségyszerűség (figyelemfelkeltés)
3.	gyakoriság szeirnt	alkalmi neologizmusok	egyszeri szóalakok
4.	a kommunikáció formája szerint	írásbeli neologizmus	írott forma
5.	fogalmi tartalmuk szerint	sport	futball
6.	létrejöttük módja szerint	szóalakvegyülés, szószerkezet-vegyülés, szóértelmesítés/ szándékos szóferdítés	1. fenti példák
7.	szófajuk szerint	főnév, ige	1. fenti példák

A fentiekből kiderül, hogy grammatikai alapú humorforrásnak tekinthetők a „gyakoritka” szóalkotási módok példái. Ezek különböző kontextuális elemekkel kiegészülve a más nyelvre le nem fordítható nyelvspecifikus mémek (komplex jelek) csoportját gazdagítják.

Összegzés

Munkámban az internetes futballközösség mint virtuális vagy gyakorlóközösség nyelvi-kommunikációs szokásgyakorlatát vizsgáltam. A kvantitatív és kvalitatív kutatásokból kiderült, hogy az internetes futballszurkolásnak (-kommentelésnek) vannak a hagyományos futballszurkolástól eltérő általános kommunikációs, illetve nyelvi jellemzői (pl. „fotelszurkolók” bátor megnyilatkozásai, vulgáris nyelvhasználat, kommentháborúk, trollkodás, „minimalizálók” és „hatáskeltők” használata, internetes mémek).

Az elmúlt években az internetes nyelvhasználat hatására gyakorivá váltak a korábban ritká(bb)nak tartott szóalkotási eljárások. A második fejezetben a szóalkotási módok dichotomikus felosztása helyett (főbb – ritkább) egy trichotomikus – e nyelvi változásokra reflektáló – modell bevezetését javaslom (gyakori – „gyakoritka” – ritka). A „gyakoritka” szógyártó műveletek két típusát különböztetem meg: a szórövidítéssel, jelentéstapadással és mozaikszóalkotással keletkező kifejezéseket általában a „minimalizálók”, a szóvegyítéssel, szóértelmesítéssel, illetve szándékos szóferdítéssel létrejövő lexikai egységeket pedig a „hatáskeltők” csoportjába sorolhatjuk. A harmadik fejezetben a „gyakoritka” szóalkotási eljárásokkal megalkotott internetes futballszleng-kifejezéseket elemeztem formai és jelentésbeli szempontból. Az általában játékos, tréfás vagy gúnyos kifejezéseket az egyes tagok a csoporthoz – általában egy bizonyos csapat szurkolótáborához – való tartozás kifejezése, és az ellentétes nézeteket valló csoportokkal (ellenszurkolókkal) szembeni önmeghatározás céljával hozzák létre. A munkámban csak a külföldi játékosok, csapatok és edzők neveinek a modifikált variánsait elemeztem.

Az internetes mémek iránti tudományos érdeklődés a digitáliskommunikáció-kutatás egyik legújabb és legizgalmasabb irányvonala (4–5. fejezet). A memetikai kutatások előnye, hogy eredményei nem öncélúak, a gyakorlat számos színterén – pl. a marketingben és az oktatásban – is felhasználhatók. Két kisebb felméréséből kiderült, hogy az internetes mém kifejezésnek létrejött egy hétköznapi, a dawkinsi, illetve dennetti és a kutatók többsége által használt eredeti jelentésétől eltérő értelmezése is. Eszerint az internetes mém nem egy elvont, hordozóját kereső idea, hanem maga a fizikai test: egy szöveg, egy kép, egy kép–szöveg együttes. E nézőpont előnye, hogy a kutató nem egy absztrakt, hanem egy empirikusan vizsgálható jelenséggel találja magát szemben. Mun-

kámban az internetes mémek nyelvészeti-szemiotikai szempontú definiálására, leírására, osztályozására is vállalkoztam. Célom egy olyan memetikai modell és terminológia létrehozása volt, amely alkalmas lehet a legkülönbözőbb mémek (köztük a futballmémek) elemzésére.

Az ötödik fejezetben a magyar Trollfoci Facebook-oldaláról letöltött futballmémek és a humor szemantikai, pragmatikai, grammatikai összefüggéseit vizsgáltam. A felállított korpusz alapján a mémek humorának következő gyakran ismétlődő forrástípusait különböztettem meg: 1. szemantikai: raskini forgatókönyvváltás, -ütközés (a humor szemantikai forgatókönyv-elmélete); lexikológiai jelentésviszonyok (poliszémia, homonímia, paronímia); 2. pragmatikai: tematikus kontextus (SzÁ); a grice-i társalgási maximák, különösen a minőség első maximájának a megsértése (irónia, hiperbola, immutáció); 3. grammatikai: „gyakoritka” szóalkotási műveletek (szó- vagy szókapcsolat-vegyülés, szóértelmesítés, illetve szándékos szóferdítés).

Felhasznált irodalom

- Adamikné Jászó Anna (főszerk.) 2007 [1991]. *A magyar nyelv könyve*. Trezor Kiadó, Budapest.
- Austin, John L. 1990. *Tetten ért szavak*. Ford. Pléh Csaba. Akadémiai Kiadó, Budapest. [Angol nyelven: Austin, John L. 1962. *How to do things with words*. Clarendon Press, Oxford.]
- Attardo, Salvatore 1994. *Linguistic theories of humor*. Mouton de Gruyter, Berlin.
- Bach, Kent – Harnish, Robert M. 1980. *Linguistic Communication and Speech Acts*. The MIT Press, Cambridge, Mass.
- Bahtyin, Mihail 1988. A beszéd műfajai. In Kanyó Zoltán – Síklaki István (szerk.): *Tanulmányok az irodalomtudomány köréből*. Tankönyvkiadó, Budapest. 246–282.
- Balassa József 1899. *A magyar nyelv*. Athenaeum, Budapest.
- Balassa József 1943. *A magyar nyelv könyve*. Dante Könyvkiadó, Budapest.
- Balázs Géza (szerk.) 2002. *Informatikai technológia és nyelvhasználat*. Trezor Kiadó, Budapest.
- Balázs Géza 2003. „Minden házfalat cseréljete sms-falra”. Sms-fal mint elektronikus graffiti. *Magyar Nyelvőr*, 127. évf. 2. sz. 144–159.
- Balázs Géza 2005. Az internetkorszak kommunikációja. In Balázs Géza – Bódi Zoltán (szerk.): *Az internetkorszak kommunikációja. Tanulmányok*. Gondolat – Infonia, Budapest. 25–57.
- Balázs Géza 2006. Az sms-folklór – a minimálfolklór nyelvi képe. I. rész. *Magyar Nyelvőr*. 130. évf. 4. sz. 439–456.
- Balázs Géza 2007. Az sms-folklór – a minimálfolklór nyelvi képe. II. rész. *Magyar Nyelvőr*. 131. évf. 1. sz. 48–62.
- Balázs Géza 2016. Új szavak, kifejezések 2010–2015. In Balázs Géza (szerk.): *Jelentés a magyar nyelvről 2010–2015*. IKU – Inter Nonprofit Kft., Budapest. 225–247.
- Balázs Géza – Bódi Zoltán (szerk.) 2005. *Az internetkorszak kommunikációja. Tanulmányok*. Gondolat – Infonia, Budapest.
- Balázs Géza – Grétsy László (szerk.) 2004. *Új jelenségek a magyar nyelvben*. Tinta Könyvkiadó, Budapest.
- Balogh Dezső – Gálffy Mózes – J. Nagy Mária 1971. *A mai magyar nyelv kézikönyve*. Kriterion Könyvkiadó, Bukarest.
- Batár Levente 2007. A beszólás mint beszédaktus. *Magyar Nyelvőr*, 131. évf. 4. sz. 451–464.
- Biró A. Zoltán – Sárosi-Blága Ágnes 2016. A média- és internethasználat változása egy székelyföldi korcsoport példáján. In Biró A. Zoltán –

- Bodó Julianna (szerk.): *Internet – Iskola – Anyanyelv. A média hatása a gyermekekre és fiatalokra*. Státus Kiadó, Csíkszereda. 9–48.
- Biró A. Zoltán – Bodó Julianna (szerk.) 2016. *Internet – Iskola – Anyanyelv. A média hatása a gyermekekre és fiatalokra*. Státus Kiadó, Csíkszereda.
- Blackmore, Susan 2000. *The Meme Machine*. Oxford University Press, Oxford.
- Bódi Zoltán 2004. *A világháló nyelve. Internetezők és internetes nyelvhasználat a magyar társadalomban*. Gondolat Kiadó, Budapest.
- Bódi Zoltán 2005. Szimbolikus írásbeliség az internetes interakcióban. In Balázs Géza – Bódi Zoltán (szerk.): *Az internetkorszak kommunikációja. Tanulmányok*. Gondolat/Infonia, Budapest. 195–212.
- Boneva, Bonka – Kraut, Robert – Frohlich, David 2001. Using E-mail for Personal Relationships: The Difference Gender Makes. *American Behavioral Scientist*. Vol. 45 No. 3. 530–549.
- Bonilla, Sebastián 2003. Review on F. Yus (2001) *Ciberpragmática. El uso del lenguaje en Internet*. *Cyberpragmatics. Journal of Pragmatics*, 35. 631–640.
- Brown, Penelope – Levinson, Stephen C. 1978. Universals in language usage. Politeness phenomena. In Goody, Esther N. (ed.): *Questions and Politeness strategies in social interaction*. Cambridge University Press, Cambridge. 256–289.
- Brown, Penelope – Levinson, Stephen C. 1987. *Politeness. Some universals in language use*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Coulson, Seana – Oakley, Todd 2003. Metonymy and conceptual blending. In Panther, Klaus-Uwe – Thornburg, Linda L. (eds.): *Metonymy and pragmatic inferencing*. John Benjamins, Amsterdam – Philadelphia. 51–80.
- Dawkins, Richard 1986. *Az önző gén*. Ford. Síklaki István. Gondolat Kiadó, Budapest. [Angol nyelven: Dawkins, Richard 1976. *The Selfish Gene*. Oxford University Press, Oxf.]
- De la Rosa-Carillo, Ernesto León 2015. *On The Language of Internet Memes*. Ph.D. diss. University of Arizona, Tucson.
<http://arizona.openrepository.com/arizona/handle/10150/556817> [2017. 12. 20.]
- Dennett, Daniel C. 1998. *Darwin veszélyes ideája*. Ford. Kampis György – Kavetzky Péter. Typotex Kiadó, Budapest. [Angol nyelven: Dennett, Daniel C. 1995. *Darwin's Dangerous Idea: Evolution and the Meanings of Life*. Touchstone, New York.]
- Dennett, Daniel C. 2002. Mémek: mítoszok, félreértések és félelmek. Ford. Gruber Andrea. In Z. Karvalics László (szerk.): *Információs Társadalom*. 11. évf. 2. sz. Infonia, Budapest. 6–17. [Angol nyelven: Dennett, Daniel C. 1998. *Memes: Myths, Misunderstandings and Misgivings*. Draft for Chapel Hill.

- <https://ase.tufts.edu/cogstud/dennett/papers/MEMEMYTH.FIN.htm>
[2018. 01. 16.]
- Dennett, Daniel C. 2008. Mémek, avagy a képzelet kizsákmányolása. Ford. Seress Ákos. *Prae*. 10. évf. 2. sz. 19–29. [Angol nyelven: Dennett, Daniel C. 1990. Memes and the Exploitation of Imagination. *Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 48. 127–135.]
- Domokos Mariann – Vargha Katalin 2015. Elektronikus választási folklór 2014. *Replika. Belépés jelszóval! Online világok és kutatási módszereik*. 2015/1–2, 90–91. sz. 141–169.
- Domonkosi Ágnes 2005. Az internet nyelvhasználatának empirikus kutatási lehetőségei. In Balázs Géza – Bódi Zoltán (szerk.): *Az internetkorszak kommunikációja*. Tanulmányok. Gondolat – Infonia, Budapest. 143–158.
- Duranti, Alessandro 1997. *Linguistic anthropology*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Dürscheid, Christa 2002. *Einführung in die Schriftlinguistik*. Studienbücher zur Linguistik. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden.
- Dürscheid, Christa 2003. Netzsprache – ein neuer Mythos. *Mediensprache.net*. <https://www.mediensprache.net/archiv/pubs/2409.pdf> [2016. 12. 29.]
- Dürscheid, Christa – Frick, Karina 2016. *Schreiben digital. Wie das Internet unsere Alltagskommunikation verändert. Einsichten 3*. Alfred Kröner Verlag, Stuttgart.
- Eco, Umberto 1984. *The Role of the Reader. Explorations in the Semiotics of Texts*. Indiana University Press, Bloomington.
- Érsok Nikolett Ágnes 2007. *Az internetes kommunikáció műfajai (különös tekintettel az interaktív magánéleti műfajokra)*. Doktori disszertáció. Eötvös Loránd Tudományegyetem, Budapest.
- Fábián Zsuzsanna 2009. Neologizmusok és szótárak. In Bárdosi Vilmos (szerk.): *Quo vadis philologia temporum nostrorum? Korunk civilizációjának nyelvi képe*. Tinta Könyvkiadó, Budapest. 105–120.
- Fauconnier, Gilles 1994. *Mental spaces: Aspects of meaning construction in natural language*. Cambridge University Press, New York.
- Fauconnier, Gilles 2004. Pragmatics and Cognitive Linguistics. In Horn, Laurence R. – Ward, Gregory (eds.): *Handbook of Pragmatics*. Blackwell Publishing, Malden – Oxford – Carlton. 657–674.
- Fauconnier, Gilles 2007. Mental spaces. In Geeraerts, Dirk – Cuyckens, Herbert (eds.): *The Oxford handbook of cognitive linguistics*. Oxford University Press, Oxford. 351–376.
- Fauconnier, Gilles – Turner, Mark 1998. Conceptual integration networks. *Cognitive Science* 22. 133–187.
- Fauconnier, Gilles – Turner, Mark 2002. *The way we think. Conceptual blending and the mind's hidden complexities*. Basic Books, New York.

- Fülöp Lajos 2013. A nyelvi humorról. In Beke Sándor (szerk.): *Erdélyi Toll*, 5. évf. 4. sz. Erdélyi Gondolat Lap- és Könyvkiadó, Székelyudvarhely. 60–68.
- Gatherer, Derek 1998. Why the ‘Thought Contagion’ Metaphor Is Retarding the Progress of Memetics. *Journal of Memetics – Evolutionary Models of Information*, Vol. 2 No. 2. 135–158.
- Gazdag József 2014. Fény az éjszakában: TrollFoci! *Ujszo.com*.
<http://ujsozso.com/online/sport/2014/08/26/feny-az-ejszakaban-trollfoci>
 [2016. 02. 19.]
- Gerstner Károly 2003. A magyar nyelv szókészlete. In Kiefer Ferenc (szerk.): *A magyar nyelv kézikönyve*. Akadémiai Kiadó, Budapest. 117–157.
- Gerstner Károly 2011. A magyar nyelv szókészlete. In Kiefer Ferenc (főszerk.): *Magyar nyelv*. Akadémiai Kiadó, Budapest. 437–481.
- Goffman, Erving 2000. *Az én bemutatása a mindennapi életben*. Budapest: Thalassa Alapítvány – Pólya Kiadó, Budapest. [Angol nyelven: Goffman, Erving 1959. *Presentation of self in everyday life*. Doubleday Anchor Books, New York.]
- Grétsy László (szerk.) 1976. *Mai magyar nyelvünk*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Grice, Paul 1997. A társalgás logikája. Ford. Pléh Csaba. In Pléh Csaba – Siklaci István – Terestyéni Tamás (szerk.): *Nyelv, kommunikáció, cselekvés*. Osiris Kiadó, Budapest. 213–227. [Angol nyelven: Grice, Paul 1975. *Logic and Conversation*. In Cole, Peter – Morgan, Jerry L. (eds.): *Speech Acts. Syntax and Semantics*, Vol. 3. Academic Press, New York. 41–58.]
- Grundlingh, Lezandra 2017. Memes as speech acts. *Social Semiotics*. 1–22.
- Hardaker, Claire 2010. Trolling in asynchronous computer-mediated communication: From user discussions to academic definitions. *Journal of Politeness Research* Vol. 6 No. 2. 215–242.
- Herring, Susan C. 2004. Computer-mediated discourse analysis. An approach to researching online communities. In Barab, Sasha A. – Kling, Rob – Gray, James H. (eds.): *Designing for Virtual Communities in the Service of Learning*. Cambridge University Press, Cambridge – New York. 338–376.
- Herring, Susan – Stein, Dieter – Virtanen, Tuija 2013. Introduction to the pragmatics of computer-mediated communication. In Herring, Susan–Stein, Dieter–Virtanen, Tuija (eds.): *Pragmatics of Computer-Mediated Communication*. De Gruyter, Berlin. 3–32.
- Herring, Susan – Stein, Dieter – Virtanen, Tuija (eds.) 2013. *Pragmatics of Computer-Mediated Communication*. De Gruyter, Berlin.
- Horányi Özséb 1997. Az információs társadalom koncepciójától az információ kultúrája felé.

<http://www.mek.iif.hu/porta/szint/human/media/hozseb1/hozsb1.htm#j10> [2017. 12. 07.]

- Horváth Dóra – Mitev Ariel – Veszeliszki Ágnes 2013. Egy kiállítás mémei: a mémek megosztásának és interpretálásának fogyasztói élményvilága. In Király Éva (szerk.): *„Kiterjesztett” marketing*. Budapesti Gazdasági Főiskola, Budapest. 140–164.
- H. Tomesz Tímea 2017. A közösségi média nyelvjárásai. A szórakoztatás eszköze: mémek. In Balázs Géza – H. Varga Gyula (szerk.): *Sajtónyelv–Médianyelv. Kutatás, elemzés, dokumentumok*. Hungarovox Kiadó, Budapest. 78–87.
- Iser, Wolfgang 2001. *A fiktív és az imaginárius*. Osiris Kiadó, Budapest.
- Istók Béla 2016. A „gyakoritka” szóalkotási módok tanításának problémái két szlovákiai magyar nyelvtankönyv alapján. In Maior Enikő – Tóth Péter – Varga Anikó (szerk.): *Empirikus kutatások az oktatásban határon innen és túl*. Óbudai Egyetem–Partiumi Keresztény Egyetem, Budapest, Nagyvárad. 69–83.
- Istók Béla 2017a. A ritkább szóalkotási módok státusának újraértékelése. In Lőrincz Julianna – Simon Szabolcs (szerk.): *A tankönyvkutatás szakmai, módszertani kérdései. A Variológiai kutatócsoport 7. nemzetközi tankönyvkutató szimpóziumának tanulmányai*. Selye János Egyetem, Komárom. 167–180.
- Istók Béla 2017b. Vizuo-verbális humor: a nemzetspecifikus mémek pragmatikai jellemzői. In H. Nagy Péter (főszerk.): *A Selye János Egyetem Nemzetközi Doktorandusz Konferenciája (2016)*. Selye János Egyetem, Komárom. 274–286.
- Istók Béla 2017c. A netnyelvészet műhelyéből (Recenzió: Dürscheid, Christa – Frick, Karina 2016. Schreiben digital. Wie das Internet unsere Alltagskommunikation verändert). *Magyar Nyelvőr*, 141. évf. 2. sz. 262–267.
- Istók Béla 2017d. Digitális nyelvhasználat: bevezetés és azon túl (Recenzió: Veszeliszki Ágnes 2017. Netnyelvészet. Bevezetés az internet nyelvhasználatába). *Magyar Nyelvőr*, 141. évf. 4. sz. 509–512.
- Istók Béla 2017e. „Pofára esett, mint a zsíros kenyér”. A humor és az internetes mémek kapcsolata egy emlékezetes megmozdulás tükrében. In Novák Anikó (szerk.): *Kölcsönös átszövődések. A Balassi Intézet Márton Áron Szakkollégiuma 2016. évi PhD-konferenciájának tanulmányaiból*. Külgazdasági és Külügyminisztérium, Budapest. 168–185.
- Istók Béla 2018a. Humoros vagy sértő? Az internetes mémek elmélete és gyakorlata. In *Századvég (Humor)*, 87. sz. 127–153.
- Istók Béla 2018b. Penaldo, Missi & Co. Futballszleng és szóalkotás az interneten. *Filologia*, 9. évf. 1–2. sz. 39–74.

- Istók Béla – Szerdi Ilona 2016a. Az internetes nyelvhasználat napjainkban: di(gi)glosszia, minimalektus, netsztenderd? In Juhász György et al. (szerk.): *A Selye János Egyetem 2016-os Nemzetközi Tudományos Konferenciájának tanulmánykötete*. Selye János Egyetem, Komárom. 58–74.
- Istók Béla – Szerdi Ilona 2016b. Az internetes nyelvhasználat tanításának problémái és lehetőségei a szlovákiai magyar anyanyelvoktatásban. In Tóth Péter – Makó Ferenc – Varga Anikó (szerk.): *Empirikus kutatások az oktatásban és a pedagógusképzésben*. Óbudai Egyetem TMPK, Budapest. 363–391.
- Jakab István 2010. A jelzős szerkezetek összevonásának törvényszerűségei. *Magyar Nyelvőr*, 134. évf. 4. sz. 405–411.
- Jellinek Sára 2015. Humor és metafora a nyelvfilozófiában. In Bárány Tibor – Zvolenszky Zsófia – Tözsér János (szerk.): *Pragmatika 3. Metafora, relevancia, jelentés*. Loisir Könyvkiadó, Budapest. 173–190.
- Karafiáth Balázs László 2014. Memetikai marketing. In Karlovitz János Tibor (szerk.): *Válogatott tanulmányok a II. IRI Társadalomtudományi Konferencia anyagaiból*. International Research Institute, Komárno. 39–50.
- Károly Sándor 1970. *Általános és magyar jelentéstan*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Kelemen János 2007. Eco és a hermeneutika Olaszországban. *Világosság*, 2007/2–3. sz. 13–36.
- Keszler Borbála (szerk.) 2000. *Magyar grammatika*. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest.
- Kiefer Ferenc 2003. Alaktan. In É. Kiss Katalin – Kiefer Ferenc – Siptár Péter: *Új magyar nyelvtan*. Osiris Kiadó, Budapest. 189–284.
- Kiefer Ferenc (szerk.) 2003. *A magyar nyelv kézikönyve*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Kiefer Ferenc 2007. *Jelentéselmélet*. Corvina Kiadó, Budapest.
- Kiefer Ferenc (főszerk.) 2011 [2006]. *Magyar nyelv*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Kis Tamás 1992. *Bakaduma. A mai magyar katonai szleng szótára*. Zrínyi Kiadó, Budapest.
- Kis Tamás 1997. Szempontok és adalékok a magyar szleng kutatásához. In Kis Tamás (szerk.): *A szlengkutatás útjai és lehetőségei*. Kossuth Egyetemi Kiadó, Debrecen. 237–296.
- É. Kiss Katalin – Kiefer Ferenc – Siptár Péter 2003. *Új magyar nyelvtan*. Osiris Kiadó, Budapest.
- Kleine, W. Michael – Gale, G. Frederic 1996. The Elusive Presence of the Word: An Interview with Walter Ong. *Composition Forum: A Journal of the Association of Teachers of Advanced Composition*, 7.2. 65–86.

- Klemm, Michael – Stöckl, Hartmut 2011. „Bildlinguistik“ – Standortbestimmung, Überblick, Forschungsdesiderate. In Hajo, Diekmannshenke – Klemm, Michael – Stöckl, Hartmut (Hrsg.): *Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispielen*. Erich Schmidt, Berlin. 7–18.
- Koch, Daniel 2015. It's Not (Only) The Joke's Fault: A Speech Act Approach To Offensive Humor. *Philosophisches Jahrbuch*, 122. Jahrgang/II. 318–338.
- Koch, Peter – Oesterreicher, Wulf 1994. Schriftlichkeit und Sprache. In Günther, Hartmut – Ludwig, Otto (Hg.): *Schrift und Schriftlichkeit. Ein interdisziplinäres Handbuch internationaler Forschung*, 1. Halbband. Walter de Gruyter, Berlin – New York. 587–604.
- Kocsis-M. Brigitta 2015. Mémek avagy az internet humorbombái. *Ridikul Magazin*.
<http://ridikulmagazin.hu/cikk-memek-avagy-az-internet-humorbombai.htm> [2017. 11. 25.]
- Komlósi Boglárka 2013. A polarizációs tendencia szerepe az ironia nyilvánvalóvá tételében. A hiperbola és litotész mint nyomok az ironikus interpretációhoz. *Magyar Nyelv*, 109. évf. 4. sz. 409–420.
- Krikmann, Arvo 2007. Contemporary linguistic theories of humour. *Folklore: Electronic Journal of Folklore*, 33. 27–57.
- Kugler Nóra – Tolcsvai Nagy Gábor 2000. *Nyelvi fogalmak kisszótára*. Korona Kiadó, Budapest.
- Kuipers, Giseline 2006. *Good humor, bad taste: a sociology of the joke*. Walter de Gruyter, Berlin.
- Kytöle, Samu 2013. *Multilingual Language Use and Metapragmatic Reflexivity in Finnish Internet Football Forums. A Study in the Sociolinguistics of Globalization*. University of Jyväskylä, Jyväskylä.
- Kytöle, Samu – Westinen, Elina 2015. “I be da reel gansta”—A Finnish footballer's Twitter writing and metapragmatic evaluations of authenticity. *Discourse, Context & Media* 8: 6–19.
- Labov, William 1972. *Sociolinguistics Patterns*. University of Pennsylvania Press, Philadelphia.
- Ladányi Mária – Tolcsvai Nagy Gábor 2008. Funkcionális nyelvészet. In Tolcsvai Nagy Gábor – Ladányi Mária (szerk.): *Tanulmányok a funkcionális nyelvészet köréből (Általános Nyelvészeti Tanulmányok XXII.)*. Akadémiai Kiadó, Budapest. 17–26.
- Langman, Juliet 2002. Language and Identity in a Hungarian Minority Dance Group. In Lanstyák István – Simon Szabolcs (szerk.): *Tanulmányok a kétnyelvűségről*. Kalligram, Pozsony. 57–71.
- Lanstyák István 2009. *A magyar beszélt nyelv sajátosságai*. STIMUL, Pozsony.

- László János 1984. A beszédaktusok „őszintesége”, „komolysága” és „valódisága”. In Szépe György (szerk.): *Általános Nyelvészeti Tanulmányok* XV. Akadémiai Kiadó, Budapest. 161–166.
- Lave, Jean – Wenger, Etienne 1991. *Situated Learning. Legitimate Peripheral Participation*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Leech, Geoffrey N. 1983. *Principles of Pragmatics*. Longman, London.
- Lendvai Endre 1996. *Közelkép a verbális humorról*. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest.
- Lengyel Klára 2000a. A ritkább szóalkotási módok. In Keszler Borbála (szerk.): *Magyar grammatika*. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest. 341–350.
- Lengyel Klára 2000b. Nyelv, nyelvtan, grammatika. In Keszler Borbála (szerk.): *Magyar grammatika*. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest. 23.
- Levinson, Stephen C. 1983. *Pragmatics*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Lovas Gergő – Sajó Dávid 2015. Puskás után már Bajner nevét is ismeri az egész világ. *Index.hu*.
http://index.hu/sport/futball/2015/02/15/trollfoci_bajner_balint_notts_county/ [2016. 02. 19.]
- Lőrincz Julianna 2015. *Jelentéstani alapismeretek*. Szakképző és Felnőttképzési Intézet, Révkomárom.
- Lőrincz Julianna 2016. Ritkák-e a ritkább szóalkotási módok? A rövidítés és a jelentéstapadás az anyanyelvkönyvekben. In Lőrincz Julianna – Lőrincz Gábor (szerk.): *Acta Academiae Agriensis. Nova Series Tom. XLIII. Sectio Linguistica Hungarica*. Líceum Kiadó, Eger. 138–155.
- Lukácsi Linda 2007. *A labdarúgás szlengje*. Szakdolgozat. Debreceni Egyetem, Debrecen.
- Márku Anita 2015. Az internetes nyelvhasználat kutatásának lehetőségei a kárpátaljai magyarok gyakorlóközösségeiben. In Márku Anita – Hires-László Kornélia (szerk.): *Nyelvoktatás, kétnyelvűség, nyelvi tájkép. Tanulmányok a Hodinka Antal Nyelvészeti Kutatóközpont kutatásaiból*. Autdor-Shark, Ungvár. 71–89.
- Martins, Pedro – Pollak, Senja – Urbančič, Tanja – Cardoso, Amilcar 2016. Optimality Principles in Computational Approaches to Conceptual Blending: Do We Need Them (at) All? In: *Proceedings of the Seventh International Conference on Computational Creativity 2016*. 346–353.
- Mátyus Imre 2016. „Apu, mi az a kék halál?” – A képalapú internetes mémek mint a kollektív identitás elemeinek hordozói. *Apertúra. Film – Vizualitás – Elmélet*, 12. évf. 1. sz.
<http://uj.apertura.hu/2016/osz/matyus-apu-mi-az-a-kek-halal-a-kepalapu-internetes-memek-mint-a-kollektiv-identitas-elemeinek-hordozoi/> [2017. 12. 20.]

- Milner, Ryan M. 2012. *The World Made Meme: Discourse and Identity in Participatory Media*. Ph.D. diss. The University of Kansas, Lawrence. https://kuscholarworks.ku.edu/bitstream/handle/1808/10256/Milner_ku_0099D_12255_DATA_1.pdf?sequence=1 [2017. 12. 20.]
- Minya Károly 2003. *Mai magyar nyelvújítás. Szókészletünk módosulása a neologizmusok tükrében a rendszerváltozástól az ezredfordulóig*. Tinta Könyvkiadó, Budapest.
- Minya Károly 2010. Nyelvújítás napjainkban. In Balázs Géza (szerk.): *Jelentés a magyar nyelvről 2006–2010*. Inter – Magyar Szemiotikai Társaság, Budapest. 57–77.
- Minya Károly 2011. *Változó szókincsünk. A neologizmusok több szempontú vizsgálata*. Tinta Könyvkiadó, Budapest.
- Cs. Nagy Lajos 2007. A szóalkotás módjai. In A. Jászó Anna (főszerk.): *A magyar nyelv könyve*. Trezor Kiadó, Budapest. 293–320.
- J. Nagy Mária 1971. Szótan. In Balogh Dezső – Gálffy Mózes – J. Nagy Mária (szerk.): *A mai magyar nyelv kézikönyve*. Kriterion Könyvkiadó, Bukarest. 61–136.
- H. Nagy Péter 2008. Mém Wars. Válasz McGrath Dawkins-kritikájára. *Prae*. 10. évf. 2. sz. 40–63.
- Nemesi Attila László 2009. *Az alakzatok kérdése a pragmatikában*. Loisir Könyvkiadó, Budapest.
- Nemesi Attila László 2015. Melyik pragmatikaelméletnek van a legjobb „humorérzéke”? In Bódog Alexa – Csatár Péter – Németh T. Enikő – Vecsey Zoltán (szerk.): *Pragmatika 4. Használat és hatás: újabb eredmények a magyarországi pragmatikai kutatásokban*. Loisir Könyvkiadó, Budapest. 123–156.
- Nemesi Attila László 2016. Beszédaktusviccek. In Boda-Ujlaky Judit – Barta Zsuzsanna – T. Litovkina Anna (szerk.): *A humor nagytón keresztül*. Tinta Könyvkiadó – Selye János Egyetem – ELTE Bölcsészettudományi Kar, Budapest. 148–162.
- Nielsen, Jakob 1997. How Users Read on the Web. *Nielsen Norman Group. Writing for the Web*. <https://www.nngroup.com/articles/how-users-read-on-the-web/> [2017. 01. 28.]
- Nielsen, Jakob – Morkes, John 1997. Concise, SCANNABLE, and Objective: How to Write for the Web. *Nielsen Norman Group. Writing for the Web*. <https://www.nngroup.com/articles/concise-scannable-and-objective-how-to-write-for-the-web/> [2017. 01. 28.]
- Nielsen, Jakob – Tahir, Marie 2002. *Homepage Usability. 50 Websites Deconstructed*. New Riders Publishing, Indianapolis.

- Novák Judit 2002. Az úgynevezett „internet-szleng” – nyelvi kacsintás. In Balázs Géza (szerk.): *Informatikai technológia és nyelvhasználat*. Trezor Kiadó, Budapest. 137–154.
- Nyíri Kristóf 2011. *Kép és idő*. Magyar Mercurius, Budapest.
- Ong, Walter 1982. *Orality and literacy. The Technologizing of the Word*. Methuen, London – New York.
- Osterroth, Andreas 2015. Das Internet-Meme als Sprache-Bild-Text. *Image*, 22. 26–46.
- Osterroth, Andreas 2016. *Semiotics of Internet Memes*. 443–456. In Progress (12/2018).
https://www.researchgate.net/publication/319236833_Semiotics_of_Internet_Memes?focusedCommentId=5a24f742b53d2f0bba416d15 [2017. 12. 04.]
- Östman, Jan-Ola 1988. Adaptation, variability and effect. *IPrA Working Document*, 3. International Pragmatics Association, Antwerp. 5–40.
- Palágyi László 2016. A verbális humor kognitív nyelvészeti megközelítése – a lexikai vegyítés és a szemantikai újraértelmezés. *Magyar Nyelvőr*, 140. évf. 3. sz. 332–346.
- Papdi-Pécskői Viktor 2016. *Internetes mémek és jelenségek enciklopédiája*. Rest of The Owl. E-könyv.
- Papdi-Pécskői Viktor 2017. *Internetes mémek és jelenségek enciklopédiája*. Magánkiadás, Szeged.
- Penttinen, Antti 1984. *Sotilasslangin sanakirja*. WSOY, Helsinki.
- Pereira, C. Francisco – Cardoso, Amílcar 2003. Optimality Principles for Conceptual Blending: A First Computational Approach. *AISB Journal*, Vol. 1 No. 4. 351–369.
- Péter Mihály 1999. „Húsz év múlva”. Régebbi és újabb gondolatok a szlengről. In Fenyvesi Anna – Kis Tamás – Várnai Judit Szilvia (szerk.): *Mi a szleng? Tanulmányok a szleng fogalmáról*. Kossuth Egyetemi Kiadó, Debrecen. 25–38.
- Pethő András 2014. Egy közösségi oldal nyelvhasználatának jellemzői. In Klippel Rita – Tóth Eszter (szerk.): *Nyelvész hallgatók, beszélő nyelvészek. Alkalmazott nyelvészeti tanulmányok 1*. Szegedi Egyetemi Kiadó – Juhász Gyula Felsőoktatási Kiadó, Szeged. 62–67.
- Petőfi S. János 1996. Egy multimediális szövegek elemzésére alkalmas jelmodell néhány aspektusa. *Jel-Kép*, 1996/2. sz. 87–95.
- Petőfi S. János 1999. A multimediális szövegekről. In Béres István – Horányi Özséb (szerk.): *Társadalmi kommunikáció*. Osiris Kiadó, Budapest. 152–177.
- Petykó Márton 2012. Az írott beszélt nyelvtől a spontán írott nyelv felé: A CMC interaktív diskurzustípusainak nyelvhasználatát a szóbeliség és az

- írásbeliség viszonylatában megnevező terminusok kritikai vizsgálata. *Első Század*, 11. évf. 3. sz. 147–178.
- Petykó Márton 2013. Az internetes troll mint identitás kialakítása politikai blogok diskurzusaiban. *Magyar Nyelvőr*, 137. évf. 3. sz. 274–313.
- Piñeros, Carlos-Eduardo 2011. ¿Es el entrecruzamiento léxico realmente un proceso sustractivo? *Lingüística Española Actual*, 33/1. 75–100.
- Pölcz Róbert 2017. *Mit tettek értünk az internetes mémek?* Recenzió (Papdi-Pécskői Viktor 2016. Internetes mémek és jelenségek enciklopédiája). <http://magazin.apertura.hu/media/mit-tettek-ertunk-az-internetes-memek-recenzio/8344/> [2017. 11. 24.]
- Pölcz Róbert – Matuska Ágnes (szerk.) 2016. *Internetes mémek – (poszt?)memetika. Apertúra. Film – Vizualitás – Elmélet*, 12. évf. 1. sz. <http://uj.apertura.hu/2016-osz-xii-evfolyam-1-szam-internetes-memek-posztmemetika/> [2017. 11. 23.]
- Rácz Endre (szerk.) 1988 [1968]. *A mai magyar nyelv*. Tankönyvkiadó, Budapest.
- Rácz Endre – Takács Etel 1987 [1959]. *Kis magyar nyelvtan*. Gondolat, Budapest.
- Raskin, Victor 1985. *Semantic mechanism of humor*. D. Reidel, Dordrecht.
- Rekop György – Adminok 2014. *Trollfoci*. Twister Media, Budapest.
- Renner, Vincent 2015. Lexical Blending as Wordplay. In Zirker, Angelika – Winter-Froemel, Esme (eds.): *Wordplay and Metalinguistic/Metadiscursive Reflection. Authors, Contexts, Techniques, and Meta-Reflection*. De Gruyter, Berlin. 119–133.
- Riszovannij Mihály 2011. Korszakováltások, normaváltások és a nevetéskultúra dinamikája. In Horváthné Molnár Katalin – Antonio Donato Sciacovelli (szerk.): *Határsávok 2009–2010*. Nyugat-magyarországi Egyetem Kiadó, Szombathely. 343–352.
- Ritter, Natalie 2011. Mémek és termékelhelyezés a reklámparban. *Marketinginfo*. <http://www.marketinginfo.hu/hirek/article.php?id=20307> [2017. 11. 26.]
- Roberts, Paul 2002. A szleng és rokonai. Mi a szleng? In Várnai Judit Szilvia – Kis Tamás (szerk.): *A szlengkutatás 111 éve*. Kossuth Egyetemi Kiadó, Debrecen. 131–140.
- Rónaky Edit – Muráth Péter 2002. A szleng NETovábbja. In Balázs Géza (szerk.): *Informatikai technológia és nyelvhasználat*. Trezor Kiadó, Budapest. 155–177.
- Ronneberger-Sibold, Elke 2006. Lexical Blends: Functionally Tuning the Transparency of Complex Words. *Folia Linguistica*, Vol. 40 No. 1–2. 155–181.

- Runkehl, Jens – Schlobinski, Peter – Siever, Torsten 1998. *Sprache und Kommunikation im Internet. Überblick und Analysen*. Westdeutscher Verlag, Opladen – Wiesbaden.
- Schirm Anita 2002. Nyelvhasználatunk az informatika korában. In Balázs Géza (szerk.): *Informatikai technológia és nyelvhasználat*. Trezor Kiadó, Budapest. 7–44.
- Schirm Anita 2013. A humor szerepe a nyelvészet oktatásában. In Vargha Katalin – T. Litovkina Anna – Bartha Zsuzsanna (szerk.): *Sokszínű humor*. Tinta Könyvkiadó – ELTE Bölcsészettudományi Kar – Magyar Szemiotikai Társaság, Budapest. 50–58.
- Schlobinski, Peter 2001. *Rezension. David Crystal (2001): Language and the Internet*.
<http://www.mediensprache.net/en/literatur/rezensionen/docs/1452.pdf>
 [2017. 03. 15.]
- Searle, John R. 2009. *Beszédaktusok*. Ford. Bárány Tibor. Alkalmazott Kommunikációtudományi Intézet – Gondolat Kiadó, Budapest. [Angol nyelven: Searle, John R. 1969. *Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language*. Cambridge University Press, Cambridge.]
- Shifman, Limor 2016. Az internetes mémek definiálása. Ford. Pölcz Róbert. *Apertúra*, 12. évf. 1. sz.
<http://uj.apertura.hu/2016/osz/shifman-az-internetes-memek-definalasa/>
 [2017. december 29.] [Angol nyelven: Shifman, Limor 2014. *Defining Internet memes*. In Uő: *Memes in Digital Culture*. MIT Press, Cambridge. 37–54.]
- Simon Viktória 2014. Modern kódkeverés: az internetes nyelvhasználat hatásai fiatalok írásbeli fogalmazásaiban. *Anyanyelv-pedagógia*, 7. évf. 1. sz.
<http://www.anyanyelv-pedagogia.hu/cikkek.php?id=497> [2018. 03. 02.]
- Sólyom Réka 2010. Neologizmusok kognitív szemantikai megközelítése. *Magyar Nyelvőr* 134. évf. 3. sz. 270–282.
- Sólyom Réka 2012. Fórumszövegek vizsgálata: neologizmusok elemzése a szemantikai felépítés és stílus szociokulturális rétegzettségének vonatkozásában. In Tátrai Szilárd – Tolcsvai Nagy Gábor (szerk.): *A stílus szociokulturális tényezői. Kognitív stilisztikai tanulmányok*. Eötvös Loránd Tudományegyetem, Budapest. 263–299.
- Sperber, Dan – Wilson, Deirdre 1996. *Relevance. Communication and Cognition*. Oxford – Blackwell, Cambridge.
- Stalnaker, Robert 1972. Pragmatics. In Davidson, Donald – Harman, Gilbert (eds.): *Semantics of natural language*. Reidel, Dordrecht. 380–397.
- Szabó Dániel 2014. A hét szava: suttyomzutty. *vs.hu/magazin*.
<http://vs.hu/magazin/osszes/a-het-szava-suttyomzutty-0713#!s0> [2017. 01. 20.]

- Szabó Tamás Péter 2012. *Hatásvadász nyelvészet*. Nyelv és Tudomány.
<http://www.nyest.hu/hirek/hatasvadasz-nyelveszet> [2016. 07. 05.]
- Szathmári István 1958. A szó jelentésének stilisztikai vizsgálata. In Fábíán Pál – Szathmári István – Terestyéni Ferenc. *A magyar stilisztika vázlata*. Tankönyvkiadó, Budapest. 65–148.
- Szathmári István 2004. *Stilisztikai lexikon. Stilisztikai fogalmak magyarázata szépirodalmi példákkal szemlélítve*. Tinta Könyvkiadó, Budapest.
- Szathmári István (főszerk.) 2008. *Alakzatlexikon*. Tinta Könyvkiadó, Budapest.
- Szerdi Ilona 2016. A neologizmusok tanításának problémái és lehetőségei a szlovákiai magyar anyanyelvoktatásban. In Tóth Péter – Makó Ferenc – Varga Anikó (szerk.): *Empirikus kutatások az oktatásban és a pedagógusképzésben*. Óbudai Egyetem TMPK, Budapest. 429–447.
- Szerdi Ilona 2017a. Helyesírás-tanítás digitális szövegekkel. In Lőrincz Julianna – Simon Szabolcs (szerk.): *A tankönyvkutatás szakmai, módszertani kérdései. A Variológiai Kutatócsoport VII. nemzetközi tankönyvkutató szimpóziumának tanulmányai*. Selye János Egyetem, Komárom. 151–166.
- Szerdi Ilona 2017b. A lexikális jelentésviszonyok élményközpontú tanítása multimediális szövegekkel. *Jelentés és nyelvhasználat*, 4. évf. 101–118.
- Szerdi Ilona 2017c. A digitális kommunikáció témaköre az általános iskolai anyanyelvtankönyvekben. In Tóth Péter – Simonics István – Duchon Jenő – Varga Anikó (szerk.): *Pedagógiai kutatások a Kárpát-medencében*. Partiumi Keresztény Egyetem – Óbudai Egyetem TMPK, Nagyvárad – Budapest. 203–215.
- Szerdi Ilona 2018. Új lehetőségek a frazémák tanításában. In Nemesi Attila László – T. Litovkina Anna – Barta Zsuzsanna – Barta Péter (szerk.): *Humorstílusok és -stratégiák*. Tinta Könyvkiadó, Budapest. Megjelenés alatt.
- Szili Katalin 2007. Az udvariasság pragmatikája. *Magyar Nyelvőr*, 131. évf. 1. sz. 1–17.
- Szili Katalin 2013. *Tetté vált szavak. A beszédaktusok elmélete és gyakorlata*. Tinta Könyvkiadó, Budapest.
- Szűts Zoltán (szerk.) 2016. *Internetmém – Hungaromém. E-nyelv Magazin*, 8. évf. 3. sz. <http://e-nyelvmagazin.hu/lapszam/?sz=internetmem-hungarom> [2017. 11. 23.]
- Tátrai Szilárd 2004. A kontextus fogalmáról. *Magyar Nyelvőr*. 128. évf. 4. sz. 479–494.
- Tátrai Szilárd 2011. *Bevezetés a pragmatikába. Funkcionális kognitív megközelítés*. Tinta Könyvkiadó, Budapest.
- Tolcsvai Nagy Gábor 2010. *Kognitív szemantika*. Europica varietas, Nyitra.
- Tolcsvai Nagy Gábor 2013. *Bevezetés a kognitív nyelvészetbe*. Osiris Kiadó, Budapest.

- Tompá József 1961. A szóalkotás ritkább módjai. In Tompá József (szerk.): *A mai magyar nyelv rendszere. Leíró nyelvtan I.* Akadémiai Kiadó, Budapest. 459–471.
- Tompá József (szerk.) 1961. *A mai magyar nyelv rendszere. Leíró nyelvtan I.* Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Tóth Annamária 2002. Az internetezők szlengje. In Balázs Géza (szerk.): *Informatikai technológia és nyelvhasználat.* Trezor Kiadó, Budapest. 117–135.
- Tóth Máté – Kaszián Ábel 2011. Sport: Tréfás csapatnevek. *A PPKE JÁK Hallgatói lapjának blogja.*
http://itelet-pazmany.blog.hu/2011/12/27/sport_terfas_csapatnevek
 [2018. 02. 02.]
- Trudgill, Peter 1997. *Bevezetés a nyelv és társadalom tanulmányozásába.* JGYTF Kiadó, Szeged.
- Turner, Mark 2007. Conceptual integration. In Geeraerts, Dirk – Cuyckens, Hubert (eds.): *The Oxford Handbook of Cognitive Linguistics.* Oxford University Press, Oxford. 377–393.
- Varga Mónika 2012. Az abszurd szójátékok lehetséges értelmezése a fogalmi integráció (blending) elmélete szerint. *Ösvények* 2012/1.
http://epa.oszk.hu/02200/02284/00001/pdf/EPA02284_Osvenyek_2012_01_Varga_M.pdf [2017. 01. 13.]
- Vasné Tóth Kornélia 2010. Neologizmusok a diáknyelvben. Húsz év változásai a diáknyelvben két saját gyűjtésű szótár anyagának összevetése alapján. In Balázs Géza (szerk.): *Jelentés a magyar nyelvről 2006–2010.* Inter–Magyar Szemiotikai Társaság, Budapest. 143–162.
- Veatch, Thomas C. 1998. A theory of humour. *Humor. International Journal of humor research*, Volume 11, Issue 2. 161–215.
- Velcsov Mártonné 1988. Alaktan. In Rácz Endre (szerk.): *A mai magyar nyelv.* Tankönyvkiadó, Budapest. 85–204.
- Verschueren, Jef 1999. *Understanding Pragmatics.* Arnold, London – New York – Sidney – Auckland.
- Veszelszki Ágnes 2010a. *Digilektus a lektusok rendszerében.* Dr. Veszelszki Ágnes honlapja.
http://www.veszelszki.hu/images/honlap/Digilektus_a_lektusok_rendszerben_VESZELSZKI.pdf [2017. 04. 11.]
- Veszelszki Ágnes 2010b. Neologizmusok és hapax legomenonok a reklámokban. In Balázs Géza (szerk.): *Jelentés a magyar nyelvről 2006–2010.* Inter–Magyar Szemiotikai Társaság, Budapest. 163–196.
- Veszelszki Ágnes 2011a. A digitális kommunikáció szókinccse és a netszópályázat. *Anyanyelv-pedagógia.* 4. évf. 2. sz.
<http://www.anyanyelv-pedagogia.hu/cikkek.php?id=324> [2018. 03. 17.]

- Veszelszki Ágnes 2011b. Neologizmusok a digilektusban, különös tekintettel a szóképzésre. In Bárdosi Vilmos (szerk.): *Tegnapi filológiánk mai szemmel*. Tinta Könyvkiadó, Budapest. 157–165.
- Veszelszki Ágnes 2011c. Lájkolom! A Facebook-folklórról. In Csiszár Gábor–Darvas Anikó (szerk.): *Klárisok. Tanulmánykötet Korompay Klára tiszteletére*. ELTE, Magyar Nyelvtörténeti, Szociolingvisztikai, Dialektológiai Tanszék, Budapest. 379–390.
- Veszelszki Ágnes 2012. Új írásjelek digitális és kézzel írt szövegekben. *Anyanyelv-pedagógia*, 4.
<http://www.anyanyelv-pedagogia.hu/cikkek.php?id=418> [2016. 02. 13.]
- Veszelszki Ágnes (szerk.) 2012. Netszótár. @-tól a zukbergnetig. ELTE Eötvös Kiadó, Budapest.
- Veszelszki Ágnes 2013a. A digilektus hatása az írásbeli és a szóbeli kommunikációra egy kérdőíves vizsgálat alapján. *Magyar Nyelvőr*, 137. évf. 3. sz. 248–274. old.
- Veszelszki Ágnes 2013b. Humor a digitális kommunikációban: az internetes mémek. In Vargha Katalin – T. Litovkina Anna – Barta Zsuzsanna (szerk.): *Sokszínű humor. A III. Magyar Interdiszciplináris Humor-konferencia előadásai*. Tinta Könyvkiadó – ELTE Bölcsészettudományi Kar – Magyar Szemiotikai Társaság, Budapest. 11–25.
- Veszelszki Ágnes 2014a. Nyelv és kultúra a digitális korszakban. In Fazekas Emese et al. (szerk.): *Tér, idő, társadalom és kultúra metszéspontjai a magyar nyelvben*. ELTE Magyar Nyelvtörténeti, Szociolingvisztikai, Dialektológiai Tanszék – Nemzetközi Magyarságtudományi Társaság, Budapest – Kolozsvár. 198–205.
- Veszelszki Ágnes 2014b. A közösségi oldalak hatása a fiatalok nyelvhasználatára. In Gabos Erika (szerk.): *A média hatása gyermekekre és fiatalokra*. Nemzetközi Gyermekmentő Szolgálat Magyar Egyesület, Budapest. 379–383.
- Veszelszki Ágnes 2015a. Megfontolások a digitális kommunikáció pragmatikai leírásához. In Bárdosi Vilmos (szerk.): *A nyelvi pragmatika kérdései szinkrón és diakrón megközelítésben.*, Tinta Könyvkiadó, Budapest. 239–250.
- Veszelszki Ágnes 2015b. Konfliktuskezelés a közösségi médiában. Esettanulmány a Trollfoci vs. Notts County példáján. *Médiakutató*. 16. évf. 2. sz. 39–51.
- Veszelszki Ágnes 2016. A netnyelvészet terminológiai és kronológiai áttekintése. In Balázs Géza (szerk.): *Jelentés a magyar nyelvről, 2010–2015*. Inter Kft., Budapest. 56–73.
- Veszelszki Ágnes 2017. *Netnyelvészet. Bevezetés az internet nyelvhasználatába*. L'Harmattan Kiadó, Budapest.

- Wenger, Étienne 1998. *Communities of Practice. Learning, Meaning and Identity*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Wiggins, E. Bradley – Bowers, G. Bret 2016. A mémek mint műfaj: a strukturációelmélet alkalmazása a mémelemzésben. Ford. Füzi Izabella – Prax Levente. *Apertúra*, 12. évf. 1. sz.
<http://uj.apertura.hu/2016/osz/wiggins-bowers-a-memek-mint-mufaj-a-strukturacioelmelet-alkalmazasa-a-memelemzesben/> [2018. 01. 14.]
 [Eredeti nyelven: Wiggins, E. Bradley – Bowers, G. Breat 2014. Memes as genre. A structural analysis of the memescape. *New Media & Society*, 2014/1. 1–22.
<http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1461444814535194> [2018. 01. 14.]]
- Witten, Kimberly Ann 2012. Sociophonetic Variation in an Internet Place Name. *Names: A Journal of Onomastics*, 60/4. 220–230.
- Witten, Kimberly Ann 2014. *Sociolinguistics Variation and Enregisterment in an Online Community and Practice: A Case Study of MetaFilter.com*. University of York, York.
- W18 = sz. n. 2013. A beszélőközösség, akik tudják, mi a helyes. *Nyelv és Tudomány*. <https://www.nyest.hu/hirek/aki-vagy-ami> [2018. 03. 21.]
- W19 = Business and Café 2017. Munkában mindenki egyenlő. | Szakmai szerda - interjú Geszti Péterrel.
<https://www.youtube.com/watch?v=UGNuS8NAfkE&feature=youtu.be&t=690> [2017. 11. 16.]
- Yule, George 1996. *Pragmatics*. Oxford University Press, Oxford.
- Yus, Francisco 2001. *Ciberpragmática. El uso del lenguaje en Internet*. Ariel, Barcelona.
- Yus, Francisco 2008. Alterations of Relevance in Cyber-Media. *Universitas Psychologica*, Vol. 7 No. 3. 629–642.
- Zaicz Gábor főszerk. 2006. *Etimológiai szótár*. Tinta Könyvkiadó, Budapest.
- Zimányi Árpád 2013. *Szókészleti és morfológiai változások a mai magyar nyelvben*. Líceum Kiadó, Eger.

Források:

- W1 = <https://www.facebook.com/Sport365hu/posts/1504923456194777> [2018. 02. 18.]
- W2 = <https://www.facebook.com/Sport365hu/posts/1604198829600572> [2018. 02. 18.]
- W3 = <https://www.facebook.com/Sport365hu/posts/1479990612021395> [2018. 02. 18.]
- W4 = <https://www.facebook.com/Sport365hu/posts/1708286922525095> [2018. 02. 18.]
- W5 = <https://www.facebook.com/Sport365hu/posts/1530686670285122> [2018. 02. 18.]
- W6 = <https://www.facebook.com/Sport365hu/posts/1697078626979258> [2018. 02. 18.]
- W7 = <https://www.facebook.com/Sport365hu/posts/1634596319894156> [2018. 02. 18.]
- W8 = <https://www.facebook.com/Sport365hu/posts/1508930652460724> [2018. 02. 18.]
- W9 = <https://www.facebook.com/Sport365hu/posts/1609566085730513> [2018. 02. 18.]
- W10 = <https://www.facebook.com/Sport365hu/posts/1511953845491738> [2018. 02. 18.]
- W11 = <https://www.facebook.com/Sport365hu/posts/1189093577777768> [2018. 03. 01.]
- W12 = <https://www.facebook.com/Sport365hu/posts/1713311965355924> [2018. 03. 01.]
- W13 = <https://www.facebook.com/Sport365hu/posts/1701569529863501> [2018. 03. 01.]
- W14 = <https://www.facebook.com/Sport365hu/posts/1415104031843387> [2018. 03. 01.]
- W15 = <https://www.facebook.com/Sport365hu/posts/1566733666680422> [2018. 03. 01.]
- W16 = <https://www.facebook.com/focimagia.hu/posts/763082223888182> [2018. 04. 21.]
- W17 = <https://www.facebook.com/Sport365hu/posts/1430098583677265> [2018. 02. 27.]
- W20 = <http://www.arsenal.com/fixtures/first-team/tables> [2017. 12. 09.]
- W21 = sz. n. 2014. Videó: Az MLSZ Dárdai kinevezésével szembeköpte az edzői társadalmat – Bognár. *Nemzetisport.hu*.
http://www.nemzetisport.hu/magyar_valogatott/video-az-mlsz-dontese-szembekopte-az-edzotarsadalmat-2365675 [2016. 02. 14.]

- W22 = sz. n. 2015. Válogatott: Dzsudzsák hulladék csapatról beszélt.
Nemzetisport.hu.
http://www.nemzetisport.hu/magyar_valogatott/valogatott-dzsudzsak-hulladek-csapatrol-beszelt-2450263?utm_source=mandiner&utm_medium=link&utm_campaign=mandiner_201602 [2016. 02. 22.]
- W23 = sz. n. 2015. Válogatott: Pofára esett, mint a zsíroskenyér – Böde.
Nemzetisport.
http://www.nemzetisport.hu/magyar_valogatott/valogatott-pofara-esett-mint-a-zsiroskenyer-bode-2450279 [letöltve: 2016. 02. 28.]
- W24 = sz. n. 2015. FTC: „Száz kiló vagyok, b... meg!” – így nyert Böde az edzésen. *Nemzetisport.hu.*
http://www.nemzetisport.hu/labdarugo_nb_i/ftc-szaz-kilo-vagyok-b-meg-igy-nyert-bode-az-edzesen-2441501 [2016. 02. 28.]

Ábrák forrása:

1. ábra: <https://www.facebook.com/focihiradohu/> [2018. 03. 09.]
2. ábra: <https://www.facebook.com/Sport365hu> [2018. 03. 09.]
3. ábra: <https://hu.piliapp.com/facebook-symbols/> [2018. 03. 09.]
4. ábra: <https://www.facebook.com/kislanynagyfoci/> [2018. 04. 01.]
10. ábra: <https://www.facebook.com/realmadridhungary/> [2018. 03. 21.]
11. ábra: <https://www.facebook.com/FcBarcelonaRajongoiOldal/> [2018. 03. 21.]
12. ábra: <https://www.facebook.com/focihiradohu/> [2017. 01. 30.]
17. ábra: <https://www.facebook.com/madridom/> [2018. 02. 03.]
18. ábra: <https://www.facebook.com/kiralyigardahun/> [2017. 09. 10.]
19. ábra: <https://www.facebook.com/focihiradohu/> [2017. 10. 22.]
20. ábra: <https://www.facebook.com/FourFourTwoHungary/> [2018. 01. 18.]
21. ábra: <https://pics.me.me/which-combination-is-your-favorite-g-rakuten-pepe-messi-pepso-29649037.png> [2018. 02. 02.]
24. ábra: <http://nyultam.com/wp-content/uploads/2014/02/beer-challenge.jpg> [2017. 11. 02.]
25. ábra: <http://www.memek.hu/uploads/images/be6d0cbae7c7804d19fe96a98521e59c/a37dtZ.jpg> [2017. 11. 02.]
26. ábra: <http://nemkutya.com/wp-content/uploads/2014/06/91775-igyunk-azokra....jpg> [2017. 11. 02.]
27. ábra: <https://memegenerator.hu/uploads/memes/vRAJovDnl.jpg> [2017. 11. 02.]
29. ábra: <https://1.bp.blogspot.com/-WeDxKcDhebM/WSLzIH5NeYI/AAAAAAAAA>

- AQUs/Wie6qHRZopogqqrGnMDPKX-
 yjf4DU0ORgCEw/s1600/The%2
 B4th%2Bplace%2Bcheats%2Bon%2BWenger.jpg [2017. 12. 10.]
48. ábra: <https://www.facebook.com/chelseafanatics/> [2017. 09. 15.]
49. ábra: <https://www.facebook.com/soccermemes/> [2017. 09. 15.]
34. ábra: <https://memecrunch.com/meme/BPE8O/thinking-wenger/image.jpg?w=400 &c=1> [2017. 12. 01.]
35. ábra: <https://i.imgflip.com/h2sep.jpg> [2017. 12. 01.]
36. ábra: <https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQF6ByA95 EmAY48VY-nZjP5RCYfB8NZzj8DnLEnk2WnwIMxB4IIUw> [2017. 12. 01.]
55. ábra: <https://www.facebook.com/groups/chelseafanatics/> [2017. 09. 15.]
56. ábra: <https://www.facebook.com/chelseafanatics/> [2017. 09. 15.]
57. ábra: <https://www.facebook.com/soccermemes/> [2017. 09. 15.]
40. ábra: <https://www.facebook.com/groups/chelseafanatics/> [2017. 09. 15.]
41. ábra: <https://www.facebook.com/csuzliofficial/> [2017. 09. 15.]
42. ábra: <https://www.facebook.com/csuzliofficial/> [2018. 09. 15.]
43. ábra: <https://www.facebook.com/utwenger/> [2017. 09. 15.]
- 44–71. ábra: <https://www.facebook.com/troll0foci/> [2016. 01. 30.]

Névmutató

- Adamikné Jászó Anna 53, 55, 61
Austin, John L. 99, 115, 135
Attardo, Salvatore 129
Bach, Kent 116
Bahtyin, Mihail 64
Balassa József 54
Balázs Géza 21, 53, 64, 104
Balogh Dezső 53, 55
Batár Levente 99, 119, 120
Biró A. Zoltán 15, 53
Blackmore, Susan 107
Bódi Zoltán 15, 16, 53, 58, 70, 72
Bodó Julianna 53
Boneva, Bonka 16
Bonilla, Sebastián 125
Bowers, G. Bret 143
Brown, Penelope 120
Cardoso, Amilcar 94
Coulson, Seana 94
Dawkins, Richard 103, 105, 107, 147
De la Rosa-Carillo, Ernesto León 116
Dennett, Daniel C. 104, 105, 107, 147
Domokos Mariann 101
Domonkosi Ágnes 62, 63
Duranti, Alessandro 12
Dürscheid, Christa 11, 66, 100, 101
Eco, Umberto 135
Érsok Nikoletta Ágnes 66
Fábián Zsuzsanna 68
Fauconnier, Gilles 93, 94, 99
Frick, Karina 66, 100, 101
Frohlich, David 16
Fülöp Lajos 129
Gale, G. Frederic 53
Gálffy Mózes 53, 55
Gatherer, Derek 105, 107
Gazdag József 127
Gerstner Károly 55, 56
Goffman, Erving 120
Grétsy László 53, 75
Grice, Paul 72, 121, 137, 138, 148
Grundlingh, Lezandra 115, 116, 117, 118
Hardaker, Claire 66
Harnish, Robert M. 116
Herring, Susan C. 11, 14, 51, 125, 134
Horányi Özséb 110
Horváth Dóra 101, 104, 128, 132, 135
H. Tomesz Tímea 104
Iser, Wolfgang 126
Istók Béla 9, 16, 31, 39, 43, 46, 58, 59, 60, 61, 66, 70, 91, 99, 100, 101, 103, 118, 121
Jakab István 28, 99, 130
Jellinek Sára 129, 130, 131
Karafiáth Balázs László 103
Károly Sándor 132
Kaszián Ábel 97
Kelemen János 135
Keszler Borbála 53, 55, 61, 81, 84, 143

Kiefer Ferenc 53, 55, 56, 111
 Kis Tamás 64, 67
 É. Kiss Katalin 53, 55
 Kleine, W. Michael 53
 Klemm, Michael 101
 Koch, Daniel 118
 Koch, Peter 66
 Kocsis-M. Brigitta 118
 Komlósi Boglárka 138, 139
 Kraut, Robert 16
 Krikmann, Arvo 129
 Kugler Nóra 90, 93
 Kuipers, Giseline 129
 Kytöle, Samu 13
 Labov, William 11, 12
 Ladányi Mária 93
 Langman, Juliet 12
 Lanstyák István 144
 László János 115
 Lave, Jean 11, 12
 Leech, Geoffrey N. 120
 Lendvai Endre 132
 Lengyel Klára 55, 73, 79, 82, 84,
 143, 144
 Levinson, Stephen C. 120, 126
 Lovas Gergő 127
 Lőrincz Julianna 22, 58, 61, 75,
 131, 132
 Lukácsi Linda 64, 67
 Márku Anita 11, 12
 Martins, Pedro 94
 Matuska Ágnes 102
 Mátyus Imre 116
 Milner, Ryan M. 116
 Minya Károly 56, 57, 59, 61, 67,
 68, 69, 70, 71, 72, 145
 Mitev Ariel 101, 104, 128, 132, 135
 Morkes, John 70
 Muráth Péter 64
 Cs. Nagy Lajos 56
 J. Nagy Mária 53, 55
 H. Nagy Péter 104
 Nemesi Attila László 115, 129, 131,
 138, 139
 Nielsen, Jacob 70
 Novák Judit 64
 Nyíri Kristóf 132
 Oakley, Todd 94
 Oesterreicher, Wulf 66
 Ong, Walter 53
 Osterroth, Andreas 100, 101, 111,
 115, 143
 Östman, Jan-Ola 126
 Palágyi László 93
 Papdi-Pécskői Viktor 102
 Penttinen, Antti 64
 Pereira, C. Francisco 94
 Péter Mihály 65
 Pethő András 20
 Petőfi S. János 105, 106, 107
 Petykó Márton 24, 66
 Piñeros, Carlos-Eduardo 87
 Pölcz Róbert 102
 Rácz Endre 53, 55, 61
 Raskin, Victor 129, 131, 134, 148
 Rekop György 127
 Renner, Vincent 85, 87, 89, 93
 Riszovannij Mihály 113, 120
 Ritter, Natalie 102
 Roberts, Paul 64
 Rónaky Edit 64
 Ronneberger-Sibold, Elke 87
 Runkehl, Jens 135
 Sajó Dávid 127

Sárosi-Blága Ágnes 15
 Schirm Anita 64, 103
 Schlobinski, Peter 11, 135
 Searle, John R. 99, 115, 135
 Shifman, Limor 107, 108, 120, 121
 Siever, Torsten 135
 Simon Viktória 61
 Siptár Péter 53, 55
 Sólyom Réka 93, 94
 Sperber, Dan 72
 Stalnaker, Robert 126
 Stein, Dieter 125, 134
 Stöckl, Hartmut 101
 Szabó Dániel 64
 Szabó Tamás Péter 12
 Szathmári István 56, 68, 139, 140
 Szerdi Ilona 14, 16, 41, 58, 66, 70,
 79, 99, 103, 132
 Szili Katalin 115, 116, 120
 Szűts Zoltán 101
 Tahir, Marie 70
 Takács Etel 53, 55
 Tátrai Szilárd 63, 109, 126, 128,
 132, 133, 134, 135, 136, 137,
 143
 Tolcsvai Nagy Gábor 90, 93, 94, 97
 Tompa József 53, 54, 61, 72, 78, 82,
 97
 Tóth Annamária 64
 Tóth Máté 97
 Trudgill, Peter 12
 Turner, Mark 93, 94, 99
 Varga Mónika 93, 94
 Vargha Katalin 101
 Vasné Tóth Kornélia 61
 Veatch, Thomas 113, 120
 Velcsov Mártonné 55
 Verschueren, Jef 63
 Veszelszki Ágnes 14, 16, 21, 40,
 50, 53, 56, 57, 58, 59, 61, 66,
 68, 101, 103, 104, 125, 127,
 128, 132, 134, 135, 136
 Virtanen, Tuija 125, 134
 Wenger, Étienne 11, 12
 Westinen, Elina 13
 Wiggins, E. Bradley 143
 Wilson, Deirdre 72
 Witten, Kimberly Ann 56, 68
 Yule, George 63
 Yus, Francisco 125
 Zaicz Gábor 131, 133
 Zimányi Árpád 57, 61

Tárgymutató

- akronima 50
aktuális olvasó 136
alaki egyszerűsödés 56, 70, 72, 99
alaki redukció l. alaki egyszerűsödés
alakzat 42, 139
anglicizmus 48, 52
angol nyelv 47–51, 57, 58, 70, 71, 87, 88, 99
archaizmus 68
azonosalakúság 29, 134
becsmérlők (beszédaktusok) 118, 119
beszédaktus 99, 102, 115–120, 122, 124, 134
beszédtett 115, 116, 117, 122
beszélőközösség 11–12
beszélt nyelv 58, 66, 69, 71, 73, 91, 95, 97, 101, 115
beszólás 24, 38, 39, 98, 99, 119, 120, 122, 123
betűszó 50, 62, 69, 72, 78, 79, 92, 99
betűszóalkotás 43, 54, 55, 56, 57
blend 59, 84–96, 97
blendháló 92, 99
blending 85, 89, 93, 94
blendpárok 92, 99
clickbait címek 27, 77
CMC 11–12, 134
CMD 11–12, 66, 99
csapatnévvariánsok 29, 45
cselekvés kontextusa 135
csoportnyelv 64, 69, 99
csoporttevékenység 66
deiktikus elemek 132
deixis 132
digilektus 56, 58, 66
digitális műfaj 11
dinamikus jelentésképzés 125, 127, 132, 136, 142
diskurzus 11, 24, 50, 51, 61, 66, 108, 132, 134, 135
divat 21, 22, 38, 50, 55, 59, 61, 102
divatdrukkerek 21, 22, 37, 52
divatszurkolók 21, 22
egyeztetési hiba 41, 42
együttműködési alapelv 137, 138
élményközpontú tanítás 103
élőszó 23, 24, 57, 63, 64
emotikon 30, 58
érvelés 40–42, 116, 117
eufemizmus 82, 139
Facebook-oldal 13, 14, 15, 16, 17, 18, 22, 27, 30, 40, 63, 65, 78, 118, 119, 121, 123, 125, 127
fanatizmus 21, 25
figyelemfelkeltés 27–30, 47, 56, 59, 67, 145
fogalmi integráció 93, 94, 95, 96, 97
folklór 104, 128, 135
fonetikus írásmód 50, 59
forgatókönyv 90, 94, 96, 97, 99, 123, 129, 130, 131
forgatókönyv-ütközés 121, 130, 131, 133, 148
forgatókönyvváltás 131, 134, 148

forma 21, 40, 50, 53, 56, 59, 61, 63,
 64, 66, 68, 69, 71, 72–98, 101,
 108, 112, 120, 121, 145, 147
 fórum 13, 16, 20, 41, 57, 127
 futballhírek 19, 20, 47
 futballközösség 9, 13, 14, 15, 20, 21,
 65, 66, 90, 97, 109, 147
 futballnyelvhasználat 23, 24, 61–99
 futballtartalmak 9, 15, 16, 17, 18–21,
 22, 24, 26, 30, 32–35, 47, 48, 52,
 78
 gén 103, 104
 grafikus játék a szavakkal 85
 grammatika 53, 54, 55, 56, 58, 81,
 84, 121, 127, 136, 143–146, 148
 grice-i maxima 121, 125, 138, 148
 gúny 22, 42, 122, 147
 gúnynevek 24, 25, 86
 gyakorkita szóalkotási mód 53, 59–
 60, 61, 66, 67, 69, 72, 81, 98, 99,
 127, 144, 145, 147, 148
 gyakorlóközösség 11–12, 14, 20,
 21–52, 147
 gyors terjedés 91
 hangulatjel 39, 115
 hapax legomenon 67, 68, 82, 145
 hatáskeltő 42, 46–47, 51, 52, 56–57,
 60, 66, 70, 81–98, 147
 helyesírás 40–42, 103
 hiperbola 90, 127, 138, 139–140,
 142, 148
 homlokzat 119, 120
 homogenitás 11, 12
 homonímia 70, 78, 99, 127, 131,
 132, 133, 134, 148
 hozzászólás 12, 15, 20, 23, 24, 26,
 27, 30, 34, 37, 38, 39, 43, 46, 48,
 49, 50, 51, 57, 70, 73, 78, 108,
 119, 123, 126
 humor 25, 42, 56, 57, 59, 66, 70, 82,
 100, 105, 11, 112, 113, 114, 115,
 117, 118, 120–121, 122, 123,
 125–146, 148
 humorelmélet 113, 129
 identitás 11, 41, 51, 66, 105, 114
 időhiány 26, 27
 ikonikus fordulat 101
 illokúció 115, 116, 117, 118, 122,
 123, 127, 135
 immutáció 127, 138, 140–143, 148
 implicit olvasó 136
 implikátúra 134
 informális 41, 66, 67
 intenció 135
 internetes nyelvhasználat 11, 24, 53,
 58, 61, 62, 125, 147
 írásbeliség 53, 66, 72
 írásidő 44, 56, 58, 70
 irónia 22, 23, 39, 42, 47, 86, 105,
 106, 113, 123, 131, 138–139, 148
 írott nyelv 24, 66, 115
 jelentés
 – explicit jelentés 97, 101, 127,
 133, 136, 142
 – implicit jelentés 127, 133, 136,
 142
 jelentéstapadás 22, 43, 45, 57, 58,
 59, 60, 61, 66, 72, 75–78, 99,
 130, 147
 jelkép 31, 72, 90
 karakterjáték 81, 85, 89–97
 káromkodás 82, 90, 91, 97
 kattintásvadász 27, 28, 30, 77

kérdőív 12, 14–15, 16, 17, 18, 58,
 62, 106, 107
 kigúnyolók (beszédaktusok) 118,
 119, 123
 kodifikált norma 40
 komikum 129, 132, 133
 komment 13, 15, 18, 19, 21, 23, 24,
 25, 26–27, 30, 33, 34, 35–39, 40,
 41, 42, 43–51, 52, 57, 62, 63, 66,
 70, 71, 97, 99, 115, 117, 118,
 119, 122, 123–124, 126, 147
 kommentháború 22, 26, 35, 43, 51,
 67, 147
 kommentuszárok 21, 22, 52
 kommunikáció
 – digitális kommunikáció 11, 53,
 56, 57, 58, 59, 61, 63, 66, 72,
 75, 100, 103, 126, 127, 134
 – internetes kommunikáció 45,
 56, 68, 97
 – képalapú kommunikáció 101
 kommunikátum 105, 106, 107, 110,
 113, 121, 122, 135
 komplex jel 100, 105, 107, 108, 112,
 122, 126, 145
 konfliktus 11, 39–40, 51, 66
 konglomerátum 91, 100, 102, 106,
 113, 125, 135, 143
 kontamináció 46, 54, 55, 58, 59, 60,
 69, 81, 84–97, 127, 144, 145, 148
 kontextus 93, 104, 109, 115, 116,
 117, 118, 121, 122, 123, 125,
 127, 128, 131, 132, 133, 134,
 135, 136, 143, 148
 korpusz 56, 58, 61, 65, 67, 68, 69,
 70, 71, 73, 74, 76, 78, 79, 81, 82,
 87, 88, 89, 92, 97, 98, 101, 126,
 131, 144, 148
 korpuszelemzés 62
 ko-textus 62, 63, 91, 108, 133
 kölcsönös tudás 137, 143
 kötetlenség 67
 közmondások 103
 köznyelv 57, 65, 67, 69
 köznyelvi kifejezések 50
 közösségalkító (tevékenységek) 25,
 135
 közösségformáló (tevékenységek)
 25–26
 közösségi oldal 16, 20, 26, 42, 47,
 48, 63, 127
 közösségjelölő (ismérvek) 23–25,
 31, 41
 közösségmegkülönböztető
 (ismérvek) 23–25
 közösségvállalás 15, 44
 kritizálók (beszédaktusok) 118
 kultúrpresszimista 101
 kvázi-szinkron 21, 26, 67
 lájk 13, 23, 25, 27, 39, 51, 56, 103,
 104, 122, 123, 125, 126, 127
 lájkvadászat 39
 lexikológia 64, 103, 121, 130, 131,
 148
 lexikológiai jelentésviszonyok 103,
 121, 123, 127, 130, 131, 134, 148
 lokúció 115
 magyarítás 57, 62, 82
 magyaróra 103
 makró 116
 makroközösség 21
 marketing 102–103, 128, 147
 maximasértés 125

médium 18–21, 44, 104, 105
 megfigyelés 62, 63, 71
 megmondóemberek 21, 22, 52
 megnevezők 56–57
 megosztás 14, 15, 17, 18, 25, 32–35, 62, 103, 125, 126
 megszemélyesítés 141
 mém
 – befelé mutató mém 118, 122
 – internetes mém 31, 39, 91, 100–124, 125, 126, 132, 134, 135, 143, 147, 148
 – kifelé mutató mém 117, 118, 119, 122, 124
 – SzÁ-domináns mém 113, 114, 115, 123
 – SzV-domináns mém 114
 – SzV-egyedi mém 114, 115, 122
 – SzV-frekventált mém 114, 115
 mémcsalád 110, 111, 122, 123
 mémdefiníció 100
 memetika 102, 103–104, 125, 147, 148
 mémsor 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 122, 123
 mémstruktúra 100, 110
 mentális tér 93, 94
 metafora 126
 metaforikus 65, 67, 140, 142
 mikroközösség 21
 minimalektus 56, 70
 minimalizáló 43–46, 51, 52, 56–57, 58, 60, 66, 70, 72–81, 84, 91, 98, 99, 147
 modifikált kép 98, 136
 monomediális 91
 mozaikszó 54, 55, 56, 57, 59, 60, 61, 66, 69, 72, 78–81, 99, 147
 mozaikszó-alkotás l. mozaikszó
 műfaj 11, 57, 58, 64
 multimediális kommunikátum 105, 106, 107, 113, 121, 122
 multimediális szöveg 105
 nagyítás 118, 139
 neologizmus 56, 57, 59, 66, 67, 68–72, 145
 népetimológia 54, 55, 58, 60, 81, 82, 127, 144
 netnyelvészet 15, 58, 64
 netologizmus 56–57, 68–72, 95, 97
 netspecifikus 50
 netszleng 50, 63
 normasértés 113
 normaszegés 113, 120
 nyelvérzék 69
 nyelvhelyesség 42
 nyelvi adat 62, 85
 nyelvi igénytelenség 24, 51
 nyelvi játékosság 63, 93
 nyelvi kreativitás 84
 nyelvi lelemény 78
 nyelvváltozat 11, 67
 oktatás 48, 54, 59, 103, 147
 olvasás 19, 20, 22, 26, 27–32, 48, 70, 143
 online streamek 21, 22, 51
 optimalitási feltételek 94, 95, 97, 99
 önmeghatározás 65
 összetartozás 21, 64, 74, 114
 paronímia 127, 133, 148
 perlokúció 115, 121, 127, 135
 piktogramok 30, 31
 piktorális fordulat 101

- poliszémia 76, 77, 78, 92, 99, 127,
 130, 131, 132, 133, 134, 148
 poszt 13, 15, 18, 23, 25, 26, 29, 31,
 32, 33, 38, 39, 41, 47, 48, 50, 51,
 52, 56, 62, 63, 66, 70, 79, 97,
 114, 118, 119, 121–123
 pragmatika 13, 35–39, 49, 88, 91,
 97, 109, 11, 112, 113, 115, 121,
 122, 123, 125–126, 127, 128,
 131, 133, 134–143, 148
 propozicionális 126, 135
 prototipikus (példány) 68, 87, 91, 97,
 111, 112, 113, 122, 123, 143
 reakciógombok 39, 41, 42–43, 63
 regiszter 13, 61, 97, 98
 reklám 61, 102–103, 135, 136
 relevancia 72, 94, 125
 rituálék 11, 25, 52
 spontaneitás 67
 stilisztika 56, 64, 67, 69, 70, 84, 95,
 97, 103, 145
 stílus 40–42, 44, 45, 47, 51, 64, 90,
 91
 szaknyelv 57, 65, 67
 számhomofónia 58
 szándékos szóferdítés 46, 55, 56, 59,
 60, 61, 62, 66, 69, 81–97, 98, 99,
 127, 144, 145, 147, 148
 szarkazmus 22, 25, 42, 106, 117
 SzÁ-szignifikáns 110, 111, 112, 113,
 122
 SzÁ-szignifikátum 110, 112, 113,
 122
 szemantika 84, 88, 91–97, 111, 113,
 121, 123, 126, 127, 129–134,
 135, 136, 139, 148
 szemantikai foratókönyv-elmélet
 131
 szemiotika 53, 100, 105, 108, 115,
 121
 szemiotikai állandó 108, 109
 szemiotikai változó 108, 109, 122
 szenzációhajhász címek 27
 szimbólum 31, 89, 90, 91
 szimbólumjáték 89, 90, 91
 szitkozódás 21
 szituációs kontextus 135
 szleng 25, 44, 50, 56, 57, 59, 61, 63–
 68, 69, 71, 78, 79, 81, 84, 93, 95,
 96, 147
 szlogenek 21, 25, 50, 51, 136
 szóalakvegyülés I. kontamináció
 szóalkotási módok 53–60, 61, 66,
 75, 82, 97, 103, 121, 144, 145,
 147
 szóbeliség 53, 66, 104
 szociolingvisztika 11, 64
 szócsonkítás 55, 58
 szóértelmesítés 46, 56, 58, 60, 61,
 66, 81–84, 98, 99, 144, 145, 147,
 148
 szógyártó műveletek 39, 58, 59, 61,
 98, 147
 szóhatár-eltolódás 54, 55, 81, 97–98
 szójáték 82, 89, 93
 szókarate 22
 szokásgyakorlat 12, 13, 14, 51, 52,
 147
 szóképzés 54, 55, 56, 59, 60, 66, 69
 szókészlet 49, 50, 55, 57, 58, 63, 64,
 127
 szókiemelés 89, 90, 91

- szókincs 54, 56, 57, 58, 59, 63, 66, 68, 145
- szólások 103
- szolidaritás 11, 51, 65
- szóösszetétel 54, 55, 56, 58, 59, 60, 66, 69
- szóösszevonás 54, 55, 69, 72, 79
- szópárbaj 22, 42–43, 51
- szórakoztatók (beszédaktusok) 118, 122
- szórövidítés 43, 54, 55, 56, 57, 59, 60, 61, 62, 66, 69, 72, 73–75, 99, 147
- szórövidülés l. szórövidítés
- szó szerkezet-vegyítés 144, 145
- szó szerkezet-vegyülés l. szó szerkezet-vegyítés
- szótárérett 69
- szövegkörnyezet 92
- szóvegyülés l. kontamináció
- sztenderd 64, 69
- szurkolás
- aktív szurkolás 22, 23, 25, 32–43, 51
 - ellenszurkolás 15, 39, 40, 47, 66, 95, 98, 99, 123, 147
 - fotelszurkolás 21–23, 51, 147
 - hagyományos futbalszurkolás 13, 21, 51, 147
 - internetes futbalszurkolás 13, 14, 20, 21, 25, 51, 147
 - online futbalszurkolás l. internetes futbalszurkolás
 - passzív szurkolás 22
- SzV-szignifikáns 110
- SzV-szignifikátum 110, 114, 115
- tankönyv 53, 54, 55, 56, 81, 82
- társalgási maxima 121, 138, 148
- tipikalitási feltétel 111, 112, 122
- torzítás 61, 82, 84
- többértelműség 63
- többjelentésűség 134
- trágár 23, 24, 50, 82, 92
- trichotomikus modell 53–60, 147
- troll 21, 22, 40, 51, 52, 66, 119, 127, 134
- Trollfoci 25, 40, 118, 125, 126, 127–128, 129, 134, 135, 143, 148
- trollkodás 15, 24, 26, 27, 38, 39–40, 52, 114, 127, 147
- tulajdonnév 61, 62, 68, 75, 95, 97, 98
- túlzás 42, 118, 119, 127, 131, 138, 139–140, 142
- Twitter 13, 20, 63
- udvariasság 120, 125, 134
- variáns 29, 45, 68, 69, 77, 98, 99, 105, 106, 107, 116, 121, 147
- vehikulum 106, 107, 108
- vicc 12, 41, 42, 46, 47, 113, 116, 117, 118, 131, 136
- világháló 18, 21, 57, 61, 88, 97, 98, 104, 114
- virtuális közösség 11–12, 14, 51
- vírusszerű terjedés 100
- vita 22, 24, 25, 27, 29, 36, 47, 77, 116
- vizualitás 30–32, 90, 101, 108, 112, 126, 130, 132
- vulgáris nyelvhasználat 51, 147
- zsargon 49, 63

Istók Béla (1990, Rimaszombat) a komáromi Selye János Egyetem Tanárképző Karán működő Magyar Nyelv és Irodalom Doktori Iskola végzős hallgatója. Kutatási területe a netnyelvészet és a pragmatika, de a szóalkotástan és a nyelvi tájkép kérdéseivel is foglalkozik. Doktori értekezésében a Facebook-kommunikáció formai és jelentésbeli sajátosságait vizsgálja. 2014-ben a pozsonyi Comenius Egyetem Bölcsészettudományi Karán magyar–német szakos tanári oklevelet szerzett. 2013 és 2015 között a Tornaljai Gimnázium tanáráként dolgozott.



„Istók Béla munkája egyrészt azért tekinthető kiemelkedő alkotásnak, mert példaértékű észrevételeket fogalmaz meg, és körültekintő szakirodalmi bázist alkalmaz, másrészt azért is, mert felülnézetből, tudományos-nyelvészeti módszerekkel vizsgálja az elsőre talán tudománytalannak, megközelíthetetlennek tűnő futballtartalmakat. A szerző ezt rendkívül meggyőzően, szabatosan, stilizáltan és különböző, az érvrendszereit alátámasztó táblázatok és képek segítségével teszi. A könyv egy kifogástalan olvasási élmény: nyelvészeknek és futballrajongóknak egyaránt.”

Plonický Tamás